Quién es quién en los precios de útiles escolares

REVISTA DEL CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Aplicamos 9,600 pruebas a 161 marcas de uniformes escolares

Cómo obtener un bronceado bonito y seguro

Antes de vender, comprar o rentar casa, conozca cuáles son las inmobiliarias más demandadas

Agosto 1996 · Núm. 234 · México

$ 9.00

¡Si tienen tele...!

en los siguientes canales y horarios:

Nos vemos en el programa *«TV Revista del Consumidor»*

CANAL	DÍA	HORARIO
2	LUNES	13:30 a 14:00
22	MARTES	00:00 a 00:30
4	MIÉRCOLES	00:00 a 00:30
40	MIÉRCOLES	16:00 a 16:30
11	JUEVES	13:00 a 13:30
13	VIERNES	00:00 a 00:30
EDUSAT	SÁBADO	11:00 a 11:30

«Radio Revista del Consumidor»

Horarios del programa radiofónico

X.E.V.O.Z./1590	"La Bonita"/N. R. M.	Lunes/5:30-5:45
X.H.M.-F.M./88.9	"Azul 89"/ACIR	Miércoles/22:00-22:15
X.E.Q./940	"La Q Mexicana"/Radiópolis	Jueves/22:30-22:45
X.E.Q.-F.M./92.9	"K-Buena"/Radiópolis	Viernes/18:30-18:45
X.E.A.I./1500	"Canal Tropical"/Radio Fórmula	Viernes/21:20-21:35
X.E.F.A.J./1560	"La Consentida"/O. R. C.	Sábado/21:30-21:45
X.E.J.P-F.M./93.7	"Radio Joya"/O. R. C.	Domingo/17:30-17:45

160 radiodifusoras en todo el país

SUMARIO

AGOSTO DE 1996 • Núm. 234

Editorial • 2

• Olimpismo: ¿lo importante es competir o consumir?

PROFECO en acción • 3

• Quién es quién en los precios
• En contratos de adhesión: «papelito habla»

Qué hay detrás de...• 9

• En vacaciones: «no se queme»
• Central de Abasto/Cantidad y calidad para el consumidor
• Refrescos: ¡un consumo muy inflado!
• Con-sumo-gusto en la tercera edad
• Olimpismo: ¿lo importante es competir o consumir?

Antes de contratar...• 25

• Agencia de viajes, ¿su mejor compañera?
• Inmobiliarias: ¿convienen o no?

Por su salud• 32

• La «magia» de los implantes en senos y glúteos

Nuestro medio• 35

• Cuidado con los plaguicidas domésticos

De todo como en botica• 38

• ¿Qué tan buen lector es?

Cómo comprar• 40

• En gas: nuevos compromisos en favor del consumidor

Los pequeños consumidores • 41

Buzón del consumidor • 48

Reporte Especial • páginas centrales

•Calidad de uniformes escolares

Olimpismo: ¿lo importante es competir o consumir?

En agosto concluye uno de los eventos deportivos más importantes que se celebran en el mundo: las **Olimpiadas**, que este año tuvieron como escenario la ciudad de Atlanta, capital del estado de Georgia, Estados Unidos. No cabe duda que éste es el máximo certamen al que cualquier deportista desearía asistir. En estos «Juegos del Centenario» -con los cuales se suman ya 100 años de olimpismo en su era moderna-, un dato significativo es aquel que asegura que en ellos participó el mayor número de países y que fueron las competencias más reñidas de toda su historia. Pero además del aspecto deportivo, este evento también constituyó una excelente «vitrina» comercial en la que figuró -sin tenis ni récords deportivos de por medio- un extraordinario número de importantes empresas fabricantes de productos y prestadoras de servicios. Con ello, la fiesta del olimpismo pareció sustituir el prurito de «lo importante no es ganar, sino competir», por otro que rezó: «lo importante no es competir, sino consumir».

En la **Revista del Consumidor** no pretendemos poner en entredicho la necesidad de que cada deportista y cada delegación nacional sean patrocinados por alguna marca comercial, pues es evidente que se requieren recursos económicos adicionales para financiar los entrenamientos, equipamiento y traslado de los deportistas a las instalaciones sede. No obstante, lo que sí preocupa es que se utilice inapropiadamente como argumentos publicitarios a dicha competencia deportiva y a sus protagonistas. Así, durante los últimos días del mes de julio y los primeros de agosto, el consumidor en todo el mundo fue objeto de un abrumador ejercicio publicitario que desplazó la justa deportiva y que no siempre supo o quiso respetar el espíritu olímpico.

Con relación a lo anterior, en la presente edición echamos un vistazo al consumismo promovido en torno a los Juegos Olímpicos, en el que los números hablan por sí mismos sobre la exagerada comercialización y el «gigantismo» que parecen caracterizar a dicha competencia. Queda pues la interrogante y la preocupación sobre el derrotero que habrá de tomar esta justa deportiva en sus próximas ediciones.

Por otra parte, en este número de agosto ponemos en sus manos un amplio **estudio de calidad sobre los uniformes escolares** que, tanto para escuelas públicas como particulares, se comercializan en el mercado, previo al inicio del próximo ciclo escolar. Para ello aplicamos **9 mil 600 pruebas a 205 modelos** correspondientes a **161 diferentes marcas**. Con ello, amigo consumidor, usted dispondrá de la información necesaria para identificar las mejores marcas y los precios más convenientes del mercado.

Asimismo le informamos **quién es quién en los precios de útiles escolares**, a fin de que usted pueda realizar una excelente compra. Al continuar el periodo vacacional, consideramos importante ofrecerle información útil respecto a lo que debe considerar antes de contratar una **agencia de viajes**, así como algunos consejos prácticos sobre cómo obtener **el mejor bronceado** si es que ha planeado visitar alguno de nuestros numerosos destinos turísticos de playa.

Otro reportaje que vale la pena destacar es el que se refiere a las **inmobiliarias**; en el reportaje respectivo, le decimos cómo opera este tipo de empresas y qué aspectos debe cuidar antes de firmar un contrato de compraventa o de arrendamiento de casa habitación; de igual forma le presentamos un minucioso listado sobre las inmobiliarias que han recibido quejas y denuncias ante PROFECO, esto con el propósito de que usted esté prevenido y pueda evitarse problemas.

Con los anteriores temas y otros más que podrá leer en estas páginas, la **Revista del Consumidor** se propone continuar atendiendo las necesidades de información de nuestros lectores y abordar aquellos fenómenos de consumo coyunturales que sean de interés general para la población mexicana.

Directorio

Procurador Federal del Consumidor: Fernando Lerdo de Tejada

Coordinadora General de Investigación y Divulgación: Mercia Susana Ruiz

Director General y Editor: Marco Antonio López Galán, **Director Editorial:** Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefa de Información:** Vanessa Pinto Barrientos; **Jefa de Corrección:** Dina Torres Pérez; **Reporteros:** Ma. Guadalupe Cruz Muñoz, Graciela Muñoz Arce, Leticia Muñoz Izquierdo, Miguel G. Pinto Martínez; **Corrección:** Alejandra Sánchez Plascencia; **Tipografía:** Ana S. Cruz A.; **Fotografía:** Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano; **Director de Arte y Diseño:** Alejandro Lobato Rosales; **Jefe de Diseño Gráfico:** Víctor Manuel Gutiérrez García; **Diseñadores:** Pedro Octavio Castellanos Gómez; **Ilustración:** Mónica Miranda Villalba.

Teléfono de la revista: 213-98-82 ó 625-67-00 exts. 6930, 6927 ó 6926. Para correspondencia diríjase al editor de la Revista del Consumidor en José Vasconcelos núm. 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, Delegación Cuauhtémoc, o al A. P. 20600, México, D. F.

Comparativo de precios de útiles escolares

Tomando en consideración que la temporada escolar se aproxima, PROFECO le ofrece un avance de los precios de algunos artículos incluidos en la lista oficial de útiles escolares elaborada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) para el ciclo escolar 1996-1997. En el presente artículo se utilizó la información correspondiente a precios promedio, precios mínimos y precios máximos registrados durante el periodo del 14 al 25 de junio, de acuerdo con el monitoreo del programa **¿Quién es quién en los precios?**

Al momento de recabar los precios, las cadenas de establecimientos comerciales no contaban con el surtido que seguramente tendrán cuando la temporada escolar esté en apogeo, sin embargo, PROFECO pone a su disposición los teléfonos del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14, para indagar cuáles son los precios actualizados de los artículos escolares que necesite.

El muestreo se realizó con base en 158 artículos escolares que se comercializan en 21 cadenas de establecimientos, los cuales incluyen tiendas tipo bodega, supermercados, tiendas especializadas y tiendas del sector social.

El objetivo es que los padres de familia, al conocer la lista de útiles escolares que requerirán sus hijos y los precios a los que se expenden, planeen con oportunidad la forma de distribuir adecuadamente su presupuesto familiar.

El estudio se realizó de tal manera que se incluyera la mayor cantidad de productos genéricos que sugiere la SEP para cada grado escolar. En este momento no es posible informarle **"Quién es quién en los precios"**, ya que al llegar la temporada el grado de competencia determina el nivel de precios de todos estos artículos. Por eso le presentamos diversos precios de referencia de los útiles escolares, para que usted se informe.

En el Cuadro 1 aparecen los útiles que se proponen para la educación primaria, en él usted podrá observar el costo de la canasta de los artículos que se requieren de manera general para todos los niveles educativos. Además se incluyen los precios de los útiles que adicionalmente se sugieren de tercero a sexto año, y también se presenta el costo total del paquete.

En el Cuadro 2 le ofrecemos los precios de los productos necesarios para el nivel secundaria, usted encontrará el precio mínimo, máximo y promedio para cada grupo de artículos genéricos.

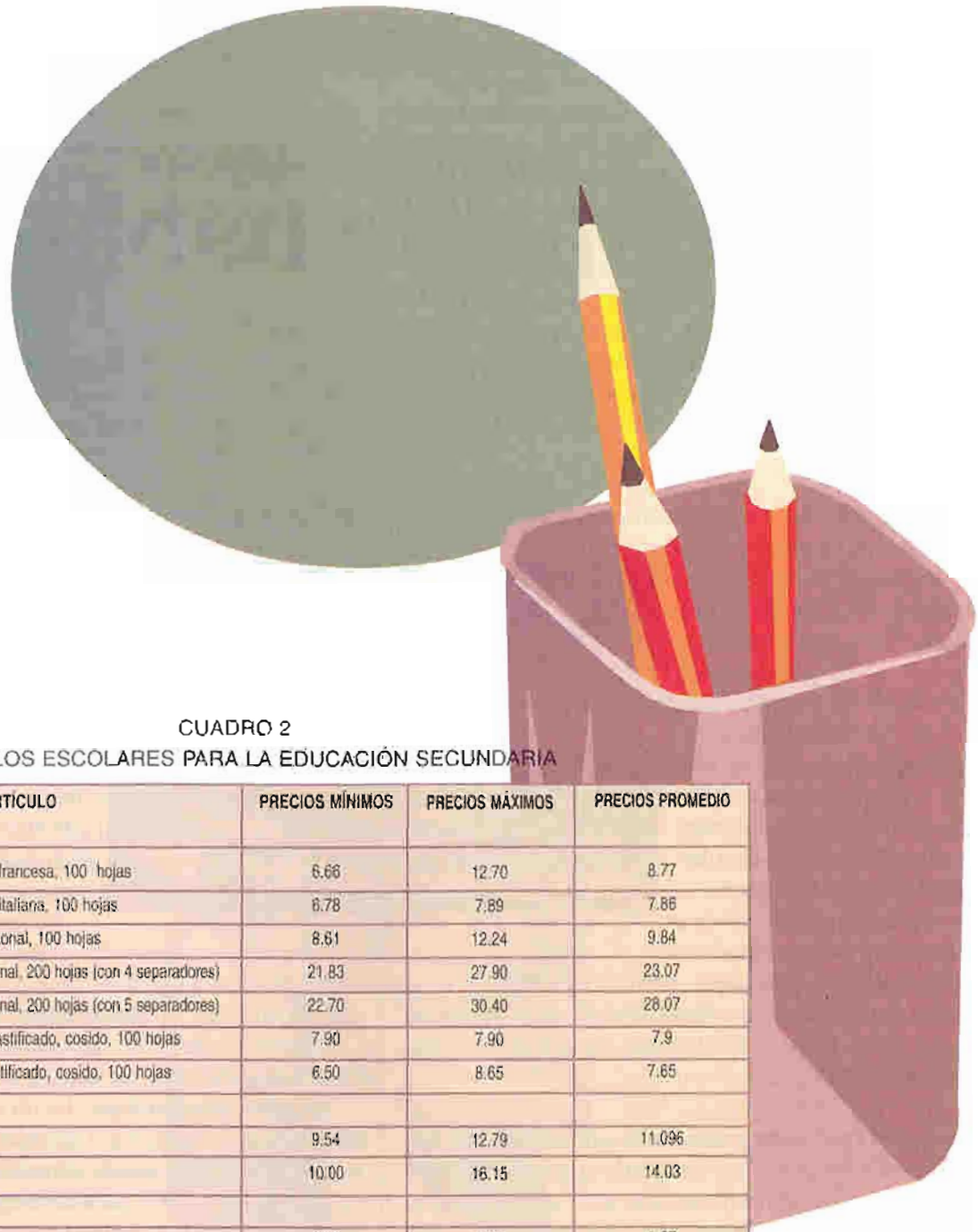
Por último, le sugerimos que al realizar sus compras tenga presente la calidad de este tipo de artículos, ya que existen productos que no cumplen con un mínimo de durabilidad y, en consecuencia, a la larga pueden resultar más caros.

CUADRO 1

ARTÍCULOS ESCOLARES PARA LA EDUCACIÓN PRIMARIA*

GRADO	ARTÍCULO	PRECIOS MÍNIMOS	PRECIOS MÁXIMOS	PRECIOS PROMEDIO
1° a 6°	**Cuaderno engrapado de 100 hojas**			
	Cuaderno engrapado, forma francesa, 100 hojas	5.50	8.43	7.31
	Cuaderno engrapado, forma italiana, 100 hojas	5.78	8.32	7.52
	Cuaderno engrapado, forma italiana, 50 hojas	2.70	4.14	3.64
	Cuaderno engrapado, forma francesa, 50 hojas	3.00	4.14	3.55
	Lápiz			
	Lápiz	1.35	1.70	1.57
	Bicolor			
	Bicolor	1.20	1.54	1.47
	Caja de lápices de colores de madera cortos			
	Colores largos de madera, 12 piezas	9.02	13.84	10.99
	Goma de borrar			
	Goma borrador	0.88	1.27	1.39
	Regla de 30 cm			
	Reglas (plástico 30 cm)	2.65	3.48	3.08
	Sacapuntas			
	Sacapuntas	1.79	2.58	2.43
	Tijeras sin punta			
	Tijeras sin punta	16.42	19.38	17.92
	Pliego de papel			
	Pliegos de papel, 1 pliego (cartoncillo blanco)	0.68	0.88	0.81
	Pliegos de papel, 1 pliego (China)	0.27	0.55	0.41
	Pliegos de papel, 1 pliego (lustre)	0.95	1.90	1.47
	Pegamento líquido			
	Pegamento botella 25 g	4.50	6.20	5.00
	Pegamento 125 g	6.35	9.48	8.25
	Pegamento botella 30 g	2.81	5.25	3.92
	Pegamento botella 60 g	4.62	8.20	6.17
	Lápiz adhesivo			
	Lápiz adhesivo 9 g	5.75	7.78	6.99
	Lápiz adhesivo 10 g	5.77	7.36	6.62
	Lápiz adhesivo 20 g	9.35	13.43	11.58
	Hojas de papel			
	Hojas de papel, millar (carta)	36.51	48.38	42.23
	Papel 36 kg, paquete 100	10.23	14.35	12.00
	SUBTOTAL DEL COSTO DE LA CANASTA	**137.87**	**192.55**	**166.32**
GRADO	**Bolígrafo de tinta azul o negra**			
3°, 4°, 5° y 6°	Bolígrafo (punto fino)	0.99	1.76	3.35
	Juego de geometría con regla de 30 cm			
	Juego de geometría	8.55	12.71	10.64
	COSTO TOTAL DE LA CANASTA	**147.41**	**207.03**	**180.31**
	Costo mínimo de la canasta = 100	**100.00**	**140.45**	**122.32**

* *Esta lista de útiles escolares es para todos los grados.*



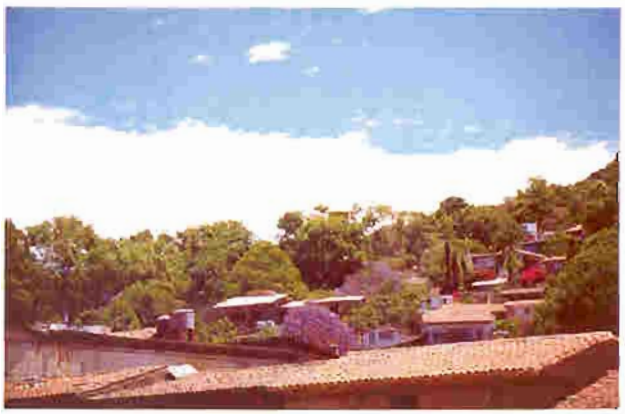
CUADRO 2
ARTÍCULOS ESCOLARES PARA LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

ARTÍCULO	PRECIOS MÍNIMOS	PRECIOS MÁXIMOS	PRECIOS PROMEDIO
Cuaderno con espiral, forma francesa, 100 hojas	6.66	12.70	8.77
Cuaderno con espiral, forma italiana, 100 hojas	6.78	7.89	7.86
Cuaderno con espiral, profesional, 100 hojas	8.61	12.24	9.84
Cuaderno con espiral, profesional, 200 hojas (con 4 separadores)	21.83	27.90	23.07
Cuaderno con espiral, profesional, 200 hojas (con 5 separadores)	22.70	30.40	26.07
Cuaderno forma francesa, plastificado, cosido, 100 hojas	7.90	7.90	7.9
Cuaderno forma italiana, plastificado, cosido, 100 hojas	6.50	8.65	7.65
Bloc tamaño carta**			
Bloc tamaño carta, 80 hojas	9.54	12.79	11.096
Bloc tamaño carta, 50 hojas	10.00	16.15	14.03
Lápiz			
Lápiz	1.35	1.70	1.57
Bicolor			
Bicolor	1.20	1.54	1.47
Bolígrafo de tinta azul o negra			
Bolígrafo, unidad (punto fino)	0.99	1.76	3.35
Caja de 12 lápices de colores de madera largos			
Colores largos de madera, 12 piezas	9	14	11
Goma de borrar			
Goma borrador	0.68	1.27	1.394
Pegamento líquido			
Pegamento botella 25 g	4.50	6.20	5.00
COSTO TOTAL DE LA CANASTA	**118.26**	**162.93**	**142.06**
Costo mínimo de la canasta = 100	**100.00**	**137.78**	**120.13**

Fuente: Elaborado con las bases de datos del programa ¿Quién es quién en los precios?, Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, PROFECO.

En contratos de adhesión

«Papelito habla»



Dicen por ahí que «papelito habla» y es verdad porque ¿cuántas veces nos hemos encontrado con que al adquirir un bien o contratar un servicio nos dan «gato por liebre»?

Para evitar que lesionen nuestros intereses, la existencia de un contrato de adhesión es garantía de que los derechos que nos asisten como consumidores estarán a salvo.

Qué es un contrato de adhesión

Un contrato de adhesión es un documento elaborado unilateralmente por el proveedor, en el que se establecen (en formatos uniformes) los términos y las condiciones aplicables a la adquisición de un producto o a la prestación de un servicio.

«El contrato de adhesión no necesariamente tiene la forma de un contrato -explica el licenciado Rafael Avante Juárez, director general jurídico consultivo de PROFECO-, pues puede aparecer en cualquier otro documento, como recibos, facturas o *tickets*, y en cuanto el consumidor lo acepta se da por entendido que está de acuerdo y obligado a cumplir con el clausulado específico de esa transacción.

«Lo que sí se exige por ley es que esté redactado en idioma español y que sea legible a simple vista».

Hasta hace algunos años todos los contratos de adhesión debían registrarse ante PROFECO, pero actualmente la Secretaría de Comercio, mediante normas oficiales (NOM), dispone que sólo algunos rubros sean competencia de PROFECO, institución que debe verificar que dichos documentos no contengan cláusulas abusivas o confusas. Estos rubros son:

* Tiempos compartidos
* Servicios funerarios
* Autofinanciamiento
* Reparación y mantenimiento de automóviles
* Servicios de tintorería, lavandería y planchaduría

Características de los contratos de adhesión de...

Tiempos compartidos: Es un servicio mediante el cual se pone a disposición de una o un grupo de personas el uso, goce y demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, por periodos previamente establecidos, mediante el pago de una cantidad, sin que se transmita el dominio del mismo.

El contrato de este servicio debe especificar:

- Datos que identifiquen al proveedor y el lugar donde se prestará el servicio.
- Las cuotas de mantenimiento y los mecanismos para determinarlas, así como el precio de los servicios.
- Opciones de intercambio y su costo, en su caso.
- La obligación del prestador de alojar por su cuenta al consumidor en un establecimiento en el mismo lugar y de categoría y calidad similares al servicio contratado, siempre que por causas imputables a él no se pueda utilizar el servicio.
- Si lo anterior no es posible, cubrir los gastos del consumidor de ida y regreso a su lugar de origen.
- Los datos de los seguros que amparan tanto al inmueble como al usuario.

- Procedimiento y costo de la cesión de derechos.
- Explicación detallada de las sanciones para ambas partes en caso de incumplimiento.
- Posibilidad del usuario de revocar el contrato.
- En caso de haberse pactado el pago en moneda extranjera, el señalamiento de que podrá cubrirse en moneda nacional al tipo de cambio vigente.

Servicios funerarios: Consiste en la venta o comercialización de: féretros, derechos de uso de lotes de panteón, criptas, nichos, osarios, gavetas, prestación del servicio de traslación, preparación, velación, inhumación, exhumación, cremación de cadáveres, restos humanos y restos humanos áridos.

Los requisitos que deben cumplir estos contratos son:
- Nombre y domicilio de la agencia funeraria y del concesionario, en su caso.
- Lugar donde se prestan los servicios.
- Tipo de servicio o paquete a contratar y su descripción.
- Procedimiento para calcular y pagar intereses si la operación es a crédito.
- Lugar donde permanecerán los restos temporal o definitivamente, así como la duración de la venta de los derechos de uso de lotes de panteón o cementerio.

Si el servicio es a futuro, además deberá establecerse:
* Si las criptas y nichos están construidos o en construcción.
* Si se cuenta con la concesión correspondiente.
* Cuotas de mantenimiento.
* Descripción de las fianzas o garantías en favor del consumidor.
* La indicación de que el consumidor puede ceder libremente sus derechos, precisando el procedimiento y los cargos a cubrir.
* Que el consumidor señale cuando menos a dos beneficiarios en caso de fallecimiento.
* La posibilidad de cancelar el contrato dentro de los cinco días hábiles posteriores a su firma.
* Las penas convencionales y el mecanismo para hacerlas efectivas.

Autofinanciamiento: Entendido como la integración de un grupo de consumidores que aportan periódicamente sumas de dinero para ser administradas por un tercero, destinadas a la adquisición de determinados bienes y servicios.

El contrato debe incluir:
- Especificación del derecho del consumidor a liquidar sus pagos en moneda nacional.
- Frecuencia de los pagos.
- Una adjudicación mínima de la periodicidad pactada.
- Información desglosada de la cuota periódica total.
- Penas convencionales para el caso de incumplimiento.
- Procedimiento y plazo de liquidación de grupos y manejo de remanentes.
- Mecánica para la renuncia y cesión de derechos.
- Información sobre los seguros a favor del consumidor.
- Una de las 12 leyendas textuales que señala la Norma Oficial.

Reparación y mantenimiento de automóviles: Se refiere a toda operación o compostura, solicitadas en una orden de servicio, a las que se somete al automóvil para obtener condiciones de funcionamiento de acuerdo con el estado de éste y que son realizadas a cargo y por cuenta del consumidor.

La orden de servicio registrada ante PROFECO debe presentar:
- Nombre y domicilio del proveedor y del consumidor.
- Características generales del automóvil (marca, modelo, color, placas, kilómetros recorridos, etcétera).
- Condiciones generales del automóvil (hojalatería, pintura, vestiduras, combustible, cristales y equipo especial).
- Indicación de quién proporcionará las refacciones.
- Fecha de recepción y entrega del vehículo.
- Firmas del proveedor y del consumidor al aceptar el presupuesto.
- Forma de pago.
- Penas convencionales en caso de incumplimiento.

Además el proveedor deberá:
* Entregar el presupuesto por escrito y mencionar el costo que éste tenga.
* Proporcionar comprobante en el que se desglosen los conceptos y los precios por mano de obra, refacciones y accesorios utilizados.
* El comprobante deberá señalar las condiciones, vigencia y procedimiento a seguir para hacer válida la garantía.
* En la orden de servicio deben constar las instancias y mecanismos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, así como lugares y horarios de atención.

Servicios de tintorería, lavandería, planchaduría y similares: Es todo establecimiento o taller abierto al público destinado a lavar, limpiar, planchar, teñir y desmanchar ropa, tapices, telas y objetos de uso personal, doméstico o industrial, comprendiendo locales, dependencias o anexos, estén cubiertos o descubiertos, sean fijos o móviles.

Información que debe incluir el contrato:

- Nombre o razón social de la persona física o moral y el Registro Federal de Contribuyentes del prestador del servicio.
- Nombre o razón social, domicilio o teléfono del consumidor y, en su caso, el valor de la prenda de acuerdo con los lineamientos establecidos por el prestador del servicio.
- Precio de los servicios contratados.
- La responsabilidad que tiene el prestador del servicio por daños que se causen a la prenda imputables a él.
- Garantías del servicio.
- Causas de rescisión.

Además, como disposiciones generales de información:

* Colocar en un lugar visible dentro del establecimiento, al menos la tarifa actualizada de precios en moneda nacional, independientemente de que también se exprese en moneda extranjera, en este caso se le tiene que informar al consumidor el tipo de cambio al que se recibe la divisa, de acuerdo con las disposiciones del Banco de México.
* Horario de servicio, forma de pago y número de afiliación a la cámara correspondiente.

Cuando se trate de lavanderías en las que el equipo es operado por el consumidor:

* El precio del servicio por carga de ropa, indicando si el uso de jabones, detergentes o suavizantes es por cuenta del establecimiento o con cargo adicional al consumidor.
* Instructivo de uso del equipo.
* En caso de desperfectos al equipo comprobados al consumidor, informarle acerca de la manera de darle solución.

¿Dudas o comentarios?

Como acaba usted de leer, amigo consumidor, los contratos de adhesión de registro obligatorio deben cumplir con requisitos muy específicos, ello a fin de que sus intereses no se vean lesionados por cláusulas abusivas.

Si usted desea saber más acerca de los contratos de adhesión consulte el próximo número de la **Revista del Consumidor**, en el que se incluirá información sobre otras dos normas referentes a este instrumento legal en materia de servicios de atención médica por cobro directo, así como en lo relativo al servicio de reparación de aparatos electrodomésticos.

Actualmente, en PROFECO se encuentran registrados **20 mil 125** contratos de adhesión, cifra que día a día va en aumento: en 1995 eran 3 mil 979, de los cuales 51 correspondían a Tiempos compartidos, 99 a Autofinanciamiento, 73 a Servicios Funerarios, mil 816 a Reparación y mantenimiento de automóviles y mil 272 a Lavado y planchado de ropa. Conviene mencionar que algunos de estos contratos -668- fueron de registro voluntario, destacando en este aspecto las empresas de seguridad privada y los servicios de paquetería y mensajería.

Para que usted no se lleve una sorpresa desagradable, el licenciado Avante, de PROFECO, indica: «Un contrato debidamente avalado incluye en la parte inferior del documento final el número de registro ante PROFECO, el libro y el año». Si tiene alguna duda sobre lo que va a firmar o desea cotejar las cláusulas acuda a José Vasconcelos núm. 208, 11° piso, en el Distrito Federal, o bien, comuníquese al 625-67-00 exts. 1358, 1261 y 6785; en el interior de la república acuda a la delegación de PROFECO de su localidad.

Finalmente recuerde que antes de firmar cualquier contrato es indispensable que lea detenidamente las responsabilidades y derechos a los que se adherirá.

No olvide que «papelito habla».

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Dirección General Jurídico Consultiva, PROFECO.
-Diario Oficial de la Federación (noviembre 1993, marzo 1995 y abril de 1995).

En vacaciones

«No se queme»

A pesar de que en las últimas décadas se ha insistido en advertir que exponerse a los rayos del sol por tiempos prolongados y sin protección es peligroso, no ha sido posible modificar la idea de que unas buenas vacaciones exigen llegar a casa «doraditos por el sol».

La moda y la creencia de que exponerse a los rayos del sol es benéfico para la salud ha orillado a una gran cantidad de personas a tomar el sol en forma irracional, lo cual se traduce en una mayor incidencia de quemaduras solares, manchas oscuras en diversas partes del cuerpo, envejecimiento prematuro y cáncer de piel.

Ante ello, ¿cómo disfrutar de unas soleadas vacaciones sin dañarse la piel?, ¿por qué el sol puede afectarnos y cómo podemos protegernos del astro rey?

El sol y sus efectos

«El sol emite infinidad de radiaciones de distinto tipo y con diferentes efectos -explica el doctor en dermatología Francisco Pérez Atamoros, presidente de la Academia Mexicana de Dermatología-; si bien es verdad que el sol es necesario en nuestro organismo para la sintetización de la vitamina D, como terapia para la ictericia neonatal en niños prematuros e incluso para tratar diversas enfermedades, el adelgazamiento de la capa de ozono ha provocado que las radiaciones lleguen en forma más intensa (como es el caso de los rayos ultravioleta) y dañen severamente la piel.

«Los rayos ultravioleta -continúa el especialista- son de tres tipos: A, B y C. Los rayos UVA (de tipo A) estimulan fundamentalmente la producción de pigmento (color) en la piel, es decir, el bronceado, sin embargo, a largo plazo provocan la pérdida de elasticidad de la piel (envejecimiento prematuro) e incrementan el riesgo de contraer cáncer de piel.

«Los rayos UVB (de tipo B) queman la piel y pueden provocar cáncer de piel a corto plazo».

Aunado a lo anterior, se sabe que la hora del día, la estación del año y el entorno (latitud en la que se encuentre la persona) son factores que determinan qué tan directamente caerán los rayos solares sobre la piel y qué tan rápido la quemarán.

Por ejemplo, muchas personas tienden a creer que las nubes protegen contra los rayos del sol, lo cual

no es verdad porque el ambiente húmedo favorece la intensificación de los rayos y sus efectos sobre la piel, además de que **los rayos UVA se filtran incluso en días nublados**.

En zonas montañosas o de gran altitud, los rayos ultravioleta se filtran con más potencia sobre la piel, ocasionándole severos problemas. Quien vive, por ejemplo, en poblados o ciudades a más de mil 500 metros de altitud recibe 20 por ciento más radiaciones que las personas que habitan a nivel del mar, tal es el caso de la ciudad de México.

Permanecer bajo una sombrilla tampoco protege de las radiaciones, porque la arena seca refleja entre un 15 y un 30 por ciento de la radiación solar, lo que puede causar insolación y quemaduras.

Por otro lado, se cree que mantenerse dentro de la alberca evita que el sol queme la piel, pero realmente sucede todo lo contrario, porque **el agua de una alberca transmite incluso el 50 por ciento de los rayos UVB hasta 50 metros de profundidad**. El mayor riesgo en el mar o en la alberca se corre cuando se emerge a la superficie, porque las gotas de agua forman pequeñas perlas sobre la piel y éstas actúan como cristales de aumento, multiplicando el efecto nocivo de los rayos ultravioleta.

Cómo protegerse del sol

Resulta evidente que la mejor forma de protegerse de las radiaciones solares es evitar, en la medida de lo posible, exponerse a ellas. Sin embargo, como es prácticamente imposible dejar de pensar en unas vacaciones tendidos al sol en una cálida playa, debemos conocer cuál es la forma de protegernos, es decir, para qué sirven **los protectores solares**.

«Los protectores o bloqueadores solares -comenta el doctor Octavio Flores, subdirector del Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua», de la Secretaría de Salud- son sustancias que reflejan la luz. Las moléculas de dichos compuestos absorben las radiaciones y de esta manera no las dejan pasar, por lo menos no al 100 por ciento.

«Existe una gran cantidad de sustancias que funcionan como protectores -afirma el especialista- siendo las más conocidas el ácido parabenzoico, las benzofenonas, el bencil metano, los metóxinonamatos, así como el dióxido de titanio (que se usa como pantalla solar), entre otros.

«Conviene aclarar -advierte el doctor Flores- que **los filtros y las pantallas tienen la misma función protectora**. La diferencia es que las pantallas se elaboran a base de polvos como el talco, el óxido de zinc, el dióxido de titanio y otros pigmentos minerales que se mezclan con una base grasa para formar una especie de crema que al aplicarse sobre la piel deja una capa protectora. La pantalla actúa entonces como un escudo que no deja pasar las radiaciones; el inconveniente de este bloqueador solar es que resulta antiestético porque se nota.

Cómo prevenir las quemaduras solares

Adultos

- Si planea ir a la playa, prepare su piel durante una semana antes aplicándose productos prebronceadores y aumente la ingestión de productos ricos en betacarotenos, como zanahorias, tomates, melón, duraznos y papaya, lo cual contribuirá a su bronceado.

- Incremente el consumo de líquidos para mantenerse bien hidratado y no sufrir de insolación.
- Tome el sol en dosis progresivas de tiempos de exposición.
- Limite las exposiciones entre las 9 de la mañana y las 5 de la tarde.
- Inmediatamente después de salir de la alberca o del mar séquese bien, ya que las gotas de agua magnifican las radiaciones y propician la aparición de quemaduras y manchas.
- Protéjase muy bien los ojos (con gafas), los párpados (con protector solar en crema) y los labios con protectores especiales para esa zona.
- Reaplique con frecuencia el protector durante la exposición al sol, aun cuando indique que es resistente al agua y al sudor.

Niños

- Limite su exposición al sol, sobre todo si son menores de 3 años.
- Aplíqueles productos protectores con FPS elevado 30 minutos antes de la exposición para que el grado de impregnación sea óptimo.
- No olvide renovar frecuentemente la aplicación en cantidades abundantes, ya que parte del producto se pierde al contacto con la arena, la toalla y la ropa.
- Cubra al niño con gorro y camiseta, y manténgalo a la sombra, aunque ello no es garantía de que no recibirá rayos UV.
- Haga que el pequeño beba agua constantemente, puesto que ellos se deshidratan más rápido.

Ante las quemaduras

- Aplique un producto especial para después de asolearse lo más a menudo posible, en la farmacia o en alguna tienda departamental le pueden indicar cuáles son.
- Beber líquidos es muy importante para mantener la piel hidratada.
- No exponga al sol la parte afectada durante unos días.
- Un remedio antiguo es la aplicación de compresas empapadas en vinagre: aunque no son agradables, refrescan y ayudan a cicatrizar.
- Si la quemadura se manifiesta con síntomas graves como úlceras, aspecto purulento o llagas, lo mejor es acudir al médico para evitar infecciones posteriores.
- Si aparecen ampollas nunca las reviente, porque la cicatrización será más lenta y el área se puede infectar.

No olvide...

- Al tomar los primeros baños de sol es conveniente utilizar un protector solar con un factor de protección elevado, con el fin de que la piel se vaya habituando progresivamente al sol. Con ello se retarda el bronceado, pero cuando se adquiera será más parejo y duradero.
- Tanto en el mar como en la montaña, la radiación solar es más intensa al mediodía, por lo que le sugerimos que al iniciar sus vacaciones tome el sol por la mañana o a media tarde.
- El protector solar debe aplicarse sobre la piel seca aproximadamente media hora antes de tomar el sol. Durante este tiempo el producto alcanzará su máxima eficacia para cumplir con su función al momento de asolearse.
- No olvide reaplicarse regularmente el protector.
- Cuando tome el sol nunca use perfumes ni productos de belleza perfumados o que contengan alcohol, ya que suelen ocasionar la aparición de manchas oscuras en la piel.
- Aun con protectores solares no es recomendable permanecer por mucho tiempo bajo la luz solar.

«A diferencia de las anteriores -continúa el doctor Flores-, los filtros solares utilizan una o varias sustancias químicas protectoras y las combinan con diferentes bases como agua, grasa y gel, lo que le da origen a cremas, lociones, geles y aceites que actúan filtrándose en la piel y reflejando las radiaciones cuando penetran en ella».

¿Cómo seleccionar un protector solar?

Un aspecto primordial para elegir un protector solar es **el tipo y el color de piel que se posean**.

Los protectores solares tienen distinto factor de protección, es decir, la cantidad de tiempo que protegen: ¿cómo saber cuál es el más adecuado para cada quien?

«En primer lugar -explica el doctor Pérez Atamoros- es importante saber que cada persona tiene una protección natural contra las radiaciones solares, la cual usted puede conocer exponiendo una parte de su piel al sol y contando, reloj en mano, el tiempo que tarda en ponerse roja. El FPS (Factor de Protección Solar) que distingue a los protectores solares comerciales se especifica con cantidades como 6, 8, 15, 30 y 50. Dichas cantidades indican el número de veces por el que debe multiplicar su tiempo de protección natural, por ejemplo, si una persona posee una protección natural de 5 minutos y selecciona un protector solar con factor 15, entonces estará protegida 75 minutos bajo el sol».

A este respecto, el doctor Luciano Domínguez Soto, jefe del Servicio de Dermatología del Hospital General «Manuel Gea González», de la Secretaría de Salud, resalta: «Se ha podido comprobar que la protección natural promedio de los mexicanos es de 2 minutos; desde luego en personas blancas apenas si llegara a 1 minuto y en individuos muy morenos hasta 5 o más».

PROFECO y el turista

Si piensa salir de viaje, recuerde que PROFECO lo acompaña defendiendo sus derechos como turista.
Entre los principales se encuentran:
- Los prestadores de servicios no deben establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes.
- En los lugares de acceso al establecimiento se deben colocar ostensiblemente los precios y las tarifas, así como los servicios que éstos incluyen.
- Cuando el servicio sea deficiente, el prestador está obligado a reembolsar, bonificar o compensar la suma correspondiente al servicio incumplido, o bien, podrá prestar otro servicio de la misma calidad o equivalencia al que hubiere incumplido, a elección del turista.
- Si el turista contrata algún servicio, se deberá describir con claridad en qué consiste, así como la manera en que se prestará. Asimismo, el prestador estará obligado a respetar los términos y condiciones ofrecidos o pactados con el turista.

Ante cualquier incumplimiento en materia de servicios turísticos, exponga su inconformidad ante la delegación de PROFECO de la entidad o comuníquese al teléfono 91-800-903-13, donde le orientarán con gusto.
Una opción que PROFECO pone a sus órdenes en esta temporada de vacaciones son módulos de información que se ubican en los principales centros turísticos del país, en terminales aéreas y en centrales de autobuses. ¡Felices vacaciones!

Por otro lado, el especialista de la Academia Mexicana de Dermatología advierte: «Hay varios factores que modifican los efectos de los protectores, como el sudor, la humedad de la piel, si se está entrando y saliendo constantemente del agua (playa o alberca), o si la piel es grasa o seca.

«Lo recomendable -continúa nuestro entrevistado- es aplicarse protección de más, es decir, seleccionar protectores con un número de FPS elevado y reaplicarlo cada 45 minutos como mínimo, o con más frecuencia si se está en la playa.

«Para pieles grasas son convenientes los protectores en gel o loción, para las pieles secas se recomienda la crema y para las mixtas lo ideal son las lociones. Y aunque hoy es común ver esta clase de protectores en los supermercados o farmacias, lo mejor es que el consumidor **los solicite en la sección de medicamentos**».

En lo que se refiere a los factores de protección, el especialista del Hospital «Gea González» señala: «En este tipo de productos se manejan dos escalas de factores: la europea y la americana. La primera va del 2 al 15 y la segunda del 1 al 50, ello implica que los protectores con factor 15 o mayor a este número brindan una protección muy similar.

Y entonces, ¿el bronceado?

De acuerdo con los especialistas en dermatología, el bronceador es exactamente lo contrario a un protector.

«Un bronceador -menciona el doctor Pérez Alamoros- es una sustancia que permite el paso de los rayos ultravioleta hacia la piel para estimular la melanina, que es la encargada de dar color y que funciona como un mecanismo de defensa y adaptación natural ante la agresión solar. Un bronceador acelera este proceso, pero a costa de dañar la piel porque la quema, provocando ámpulas y descamación. Un buen bronceado puede lograrse utilizando protectores y por periodos de exposición al sol en forma acumulativa, no en unos cuantos días».

«Por otro lado -señala el doctor Domínguez-, se ha comprobado que las personas blancas son las que desean broncearse, pero eso constituye una utopía porque **una persona blanca nunca se bronceará**. La piel blanca genéticamente no tiene capacidad para producir bronceado pues su melanina es mínima. Lo único que se logra al exponerse al sol es provocar quemaduras dolorosas, envejecimiento prematuro y cáncer de piel».

Las manifestaciones acumulativas por exposiciones al sol -coinciden en señalar los especialistas- son manchas cafés, lunares, pecas, arrugas y cáncer.

Finalmente, amigo consumidor, los especialistas nos recomiendan no exponer a las radiaciones solares a niños menores de un año. El ser humano **no requiere más de 5 minutos al día** de luz solar para sintetizar la vitamina D.

Si va a una playa, al balneario o a realizar alguna actividad al aire libre procure hacerlo antes de las 9 de la mañana o después de las 5 de la tarde. Cuídese del sol, ¡no se queme!

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Centro Dermatológico «Ladislao de la Pascua». SS.
-Hospital General «Manuel Gea González». SS.
-Academia Mexicana de Dermatología.

Central de Abasto

Cantidad y calidad para el consumidor

Considerada como el «estómago» de la ciudad de México, desde hace más de 13 años la Central de Abasto (Ceda) es una opción para los consumidores que buscan precio, calidad y servicio.

En sus bodegas **se comercializa más del 40 por ciento de la producción hortifrutícola nacional, lo que implica 24 mil toneladas; también se pueden adquirir abarrotes, productos lácteos y embutidos, así como pescados y mariscos, entre otros comestibles.**

Aquellos tiempos

Hace más de 15 años, la Merced era el principal mercado de venta al mayoreo de productos hortifrutícolas, con una de las mayores proporciones de comercialización por superficie en el mundo.

Su localización (en el centro de la ciudad de México) y lo obsoleto de su infraestructura, sumado a la enorme afluencia de productores, compradores y vehículos, volvían su operación ineficiente y costosa, al margen de los problemas de vialidad, salubridad, seguridad y mermas excesivas en el manejo y conservación de los productos.

Para dar solución a esta problemática se construyó la Central de Abasto ubicada en la Delegación Iztapalapa, la cual inició comenzó a funcionar en noviembre de 1982, con la finalidad de generar cambios cualitativos tanto en la comercialización mayorista como en la producción y el consumo final.

Una gran Central para una gran ciudad

Cada día, los más de 20 millones de habitantes de la zona metropolitana de la ciudad de México -Distrito Federal y municipios conurbados- consumen alrededor de 30 millones de kilogramos de productos alimenticios, volumen similar al consumido diariamente por los habitantes de Guatemala, Nicaragua, El Salvador y Honduras, cuya población, en conjunto, es semejante a la de esta megalópolis.

Para mitigar el hambre de este gran *Leviatán* urbano, la Central de Abasto ubicada en Iztapalapa -la mayor concentración comercial del mundo- proporciona 87.5 por ciento de acopio alimenticio (27 mil toneladas diarias) al Distrito Federal.

La Central de Abasto también es referencia obligada para fijar precios de alimentos en toda la república, así como centro de reexpedición de productos a distintos estados, principalmente Puebla, Yucatán, Veracruz, México y Guerrero, a donde se envía alrededor del 15

por ciento del volumen recibido en la Ceda; también reabastece a Tabasco, Campeche, Chiapas y Oaxaca.

Esta impresionante red comercializadora, inaugurada en noviembre de 1982, cuenta con 15 kilómetros lineales de pasillos y andadores; 328 hectáreas de superficie total (más de 55 veces el área del Zócalo capitalino); mil 650 bodegas de frutas y legumbres con capacidad para 114 mil toneladas; 350 bodegas de abarrotes y víveres con capacidad para 41 toneladas; mil 317 locales comerciales; 10 hectáreas de mercado de flores y hortalizas en las que operan 5 mil comerciantes; 9 hectáreas destinadas a pescados y mariscos con 387 bodegas y 5 mil cajones de estacionamiento.

Además, dentro de las instalaciones de la Ceda hay 18 sucursales de 10 instituciones bancarias; 85 mil trabajadores permanentes; 235 mil personas como población promedio diaria (cifra superior al número de habitantes de cada una de las primeras 80 ciudades con desarrollo medio del país) 52 mil 790 vehículos de carga y de pasajeros ingresan cada día y se generan alrededor de 800 toneladas diarias de basura.

Pásele marchante...

La Central de Abasto se encuentra en proceso de modernización. Entre los proyectos comerciales destaca la construcción de un centro de negocios con dos hoteles, una torre de oficinas, salón de usos múltiples, centros comerciales y otros servicios, además de un mercado de aves y la Plaza Nueva Merced.

De 1982 a la fecha, la Ceda ha crecido en forma importante. El volumen de productos hortifrutícolas que se comercializa pasó de 2 mil toneladas diarias a 17 mil.

Las bodegas y locales aumentaron de mil 690 a 3 mil 317; los comerciantes de abarrotes, frutas y legumbres se incrementaron de 2 mil a 12 mil; en tanto, la afluencia diaria de personas, entre comerciantes, trabajadores y consumidores se elevó de 110 mil a 235 mil.

Precios bajos...

En la Central de Abasto prevalecen los precios más bajos de la ciudad de México y del país. Al respecto, el presidente de la Unión de Comerciantes de la Central de Abasto A. C. (Cedaac), Luis Fernando Islas, comenta: «En la Ceda todos los productos alimenticios se comercializan a precios muy bajos, principalmente las hortalizas y frutas. Otro punto importante es que aquí el consumidor siempre encontrará abasto y buen precio en los productos alimenticios de su preferencia.

«Cabe destacar que la Ceda no sólo es para consumidores de productos alimenticios al mayoreo -indica el presidente de la Cedaac-, pues también existe un área de ventas al menudeo, donde cualquier ama de casa puede adquirir su mandado.

«Se han realizado cálculos estimativos que revelan que aquí **el consumidor ahorra hasta un 60 por ciento** en comparación con lo que pagaría si comprara en otros centros o áreas comerciales de la ciudad de México».

Compras en conjunto

Al respecto, nuestro entrevistado comenta: «Muchos de los precios son fluctuantes y dependen de las características del producto: una caja de 20 kilogramos de plátano amarillo, por ejemplo, cuesta $25.00 ó $30.00 aproximadamente, pero según el grado de maduración de la fruta, esta misma caja puede tener un precio de 20 pesos.

«Un aspecto que vale la pena aclarar es que los productos hortifrutícolas son altamente perecederos, lo que nos obliga a venderlos de inmediato, ofreciendo a los consumidores precios atractivos».

Amigo lector, si usted desea ahorrar al adquirir los productos alimenticios todo el año, lo invitamos a que se dé una vuelta por la Central de Abasto: el horario es de las 5 de la mañana hasta las 6 de la tarde. La Ceda está ubicada en la Delegación Iztapalapa, exactamente donde convergen los Ejes 5 y 6 Sur y la Avenida Rojo Gómez. ¡Buena compra!

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Unión de Comerciantes de la Central de Abasto, A. C.
-Fideicomiso de la Central de Abasto de la Ciudad de México.
-Revista del Consumidor núm. 210.
-Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
-Memoria de Gestión del Periodo diciembre de 1982 a noviembre de 1988. Coordinación General de Abasto y Distribución. DDF.

Refrescos

¡Un consumo muy inflado!

Sin duda, detrás de las atractivos modelos y *slogans* publicitarios por un lado, y la gama de colores y sabores por otro, se esconde una de las industrias de mayor crecimiento en la historia de la Revolución Industrial: la de los refrescos.

Los «ríos» de bebidas gaseosas corren a lo largo de más de 150 países, especialmente en el Continente Americano, en donde se ha concentrado un gran mercado, al grado de que nuestro país ocupa el **segundo lugar como consumidor mundial de refrescos**, superado sólo por Estados Unidos.

Datos proporcionados por la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas indican que el consumo per cápita anual en nuestro país es de 158 litros, cifra que supera ocho veces a la de aguas purificadas envasadas, cuyo consumo por persona al año se estima en tan sólo 19 litros.

En el país, de acuerdo con dicha asociación, son dos compañías internacionales (junto con sus marcas filiales) las que acaparan el 80 por ciento del mercado nacional: **Coca Cola**, **Fanta** y **Sprite**; y **Pepsi Cola**, **Mirinda** y **Seven Up**. Con ello se puede concluir que de cada tres refrescos que se consumen en el país, dos corresponden a una de las marcas antes mencionadas. Sin embargo, en México existen un poco más de 100 marcas de refrescos registradas en todo el territorio.

Podría resultar paradójico leer las cifras anteriores, toda vez que en nuestro país es notable la inmensa riqueza natural de frutas que se producen y que, sin embargo, por diversos factores parecen haber sucumbido ante la expansión del mercado de los refrescos.

La presencia del refresco

La industria embotelladora de refrescos y aguas carbonatadas forma parte de una compleja cadena productiva en cuyos eslabones destacan fundamentalmente las industrias azucarera, la de jugos y concentrados, la del vidrio, la del plástico, y la de envases y corcholatas, las cuales son los cimientos de las 236 empresas productoras y distribuidoras de refrescos ubicadas a lo largo y ancho de México.

Los refrescos se encuentran tanto en las grandes ciudades como en los lugares más apartados y recónditos de nuestro país. Los productores de refrescos tienen registrados 750 mil puntos de venta, de los cuales el 74.5 por ciento -unos 740 mil- corresponden a tiendas de abarrotes y misceláneas; el 24 por ciento a quioscos, escuelas, hoteles, clubes y restaurantes; y tan sólo el 1.5 por ciento a supermercados.

La competencia refresquera ha implicado la modificación constante de presentación, de sabor y de tamaño del producto: cola, mandarina, uva, limón, lima, lima-limón, toronja, tamarindo, naranja, manzana; 198 mililitros, 250, 370, 600, 769, un litro, litro y cuarto, litro y medio, y dos litros; botella de vidrio o plástico; retornable o no retornable; y en envase de aluminio.

Cabe señalar que el Distrito Federal se coloca al frente con el 13.6 por ciento del total de ventas de refrescos a nivel nacional -durante el año pasado ascendió a 14 mil 267 millones de litros-, seguido por el Estado de México con el 7.7 por ciento. Nuevo León con el 7.2 por ciento y Jalisco con el 6.4 por ciento, según datos proporcionados por la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas.

En contraste, el consumo de refrescos dietéticos sólo representa el 1 por ciento del total de la producción nacional, cantidad que tenderá a incrementarse durante los próximos años.

Respecto a las importaciones, la agrupación de este sector industrial informa que son mínimas, mientras que las exportaciones alcanzan el 4 por ciento de la producción total nacional.

La ola refresquera

Durante 1994 la industria refresquera realizó ventas de 14 mil 267 millones de litros, los cuales representaron un crecimiento anual del 6.1 por ciento con respecto a 1993.

El desarrollo de la producción refresquera se dio a partir de 1989, año en que se inició el proceso de desregularización de esta industria propiciando una notable expansión de su planta productiva, la generación de un mayor número de empleos y novedosas presentaciones en el mercado, especialmente en lo que se refiere a envases retornables o no, con capacidad para uno y dos litros.

En aquel año la venta de refrescos fue de 10 mil 905 millones de litros, y un año después ésta ascendió a 11 mil 786 millones de litros, cifra que representó un incremento del 8.1 por ciento en relación con el año anterior.

En 1991 las ventas fueron de 12 mil 374 millones -5 por ciento más que el año anterior-; para 1992 el aumento fue del 5.9 por ciento, lo cual representó un volumen de ventas de 13 mil 100 millones de litros; asimismo, en 1993 el incremento no fue muy significativo: tan sólo ascendió a 2.6 por ciento, lo que representó ventas por 13 mil 442 millones de litros.

Así, durante 1994 esta industria contó con activos fijos por 11 mil 513 millones de pesos, de los que el 39 por ciento correspondieron a equipos de transporte; 24 por ciento a terrenos y construcciones; 21 por ciento a maquinaria para embotellado; y 16 por ciento a otros activos fijos.

Asimismo, en 1994 la industria refresquera realizó inversiones por mil 860 millones de pesos, cifra que superó el compromiso asumido de invertir mil 235 millones de pesos para ese año.

Para 1995, las compañías planeaban invertir mil 674 millones de pesos en activos fijos.

En cuanto al rubro de empleos,

la industria proporciona un total de 195 mil 420, de los cuales 137 mil 640 son de manera directa y 57 mil 780 de forma indirecta, los cuales llegaron a representar el 1 por ciento del personal ocupado en el sector formal.

A largo plazo, la proyección de las refresqueras -pese a las pérdidas por más de 272.3 millones de pesos, registradas durante el primer trimestre de este año- es que para el año 2000 tendrán que satisfacer una demanda nacional de mil 960 millones de cajas de refrescos y hacer una inversión de 9.2 billones de pesos.

Sobre su contenido real

Entre los innumerables factores que sin duda han contribuido al elevado consumo de refrescos se encuentran la incesante publicidad difundida por todos los medios de comunicación, sobre todo por la televisión; la facilidad con que se adquiere el producto; y la comodidad de consumir una bebida elaborada que en algunos lugares apartados ha llegado a sustituir al agua potable.

Sin embargo, diversos estudios han podido constatar que el consumo excesivo de refrescos puede ocasionar algunos problemas de salud, además de que han desplazado a otros alimentos que sí tienen un alto valor nutritivo, por ejemplo, las aguas de frutas preparadas en casa.

El investigador y profesor de la Facultad de Química de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Benjamín Ruiz Loyola, quien desde hace 17 años realiza estudios sobre las aguas gaseosas, explica: «Los refrescos son el resultado de una mezcla de productos químicos que aportan un mínimo de nutrimentos al organismo, de hecho su principal aportación es de energía.

«Las sustancias que contienen son: colorantes y sabores artificiales; edulcorantes naturales (azúcar) o artificiales (aspartame o sacarina); estabilizadores y emulsificantes para mantener uniforme la mezcla de los demás componentes; bióxido de carbono, que es el que produce el gas; y antioxidantes y ácidos que sirven como estabilizadores y conservadores.

«Si estos ácidos se ingieren en exceso -continúa el especialista de la UNAM-, no sólo dañan los dientes, sino que pueden afectar el estómago, provocando desde una gastritis hasta una úlcera. Asimismo, otro grave problema es que, debido a las grandes cantidades de azúcar que contienen, se desarrolla la caries, sobre todo en los niños.

«En el caso de los refrescos dietéticos, que no se endulzan con azúcar sino con edulcorantes artificiales o naturales, como el aspartame, los riesgos pueden ser otros. El aspartame es un producto que resulta de la unión química de dos aminoácidos naturales, es más dulce que el azúcar pero no genera calorías; pese a que no se han descubierto males específicos originados por su consumo, este tipo de refrescos no es recomendable para las mujeres embarazadas ni para las personas que padecen una enfermedad llamada 'fenilcetonuria', debido a que su organismo no es capaz de transformar los aminoácidos del aspartame en energía y sí en una sustancia tóxica», concluye el investigador.

Por lo anterior, amigo consumidor, la elección es suya, sólo tenga presente que cualquier producto que se consume en exceso perjudica su salud.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas.
-Facultad de Química, UNAM.

Con-sumo-gusto en la tercera edad

El sueño de la «eterna juventud» es tan viejo como la misma humanidad. Sin embargo, sueños aparte, el grupo de personas que rebasa los 60 años de edad aumenta cada día en todo el mundo. En nuestro país, la población mayores de 60 años representaba en 1950 un 5.6 por ciento del total de los mexicanos; para el año 2000 se preve que llegará al 6.2 por ciento, lo que significaría pasar de 1.4 millones a 17.9 millones de individuos. Todo ello gracias a, entre otros factores sociales y demográficos, los avances científicos y médicos que permiten albergar una esperanza mayor de vida.

En las antiguas culturas, llegar a la llamada «tercera edad» significaba alcanzar la cúspide de una vida plena y gozar de una condición privilegiada, pero la evolución de la sociedad modificó esta actitud y la convirtió en rechazo, marginación y abuso contra este grupo poblacional.

El escaso conocimiento que hay sobre los cambios físicos y mentales propios de la edad avanzada ha agudizado dicha situación.

Uniéndonos a la celebración del «Día del anciano», misma que se llevará a cabo el próximo 28 de agosto, y como un merecido reconocimiento a los más de 6 millones de personas mayores de 60 años que habitan en México, conozcamos por voz de los expertos cuáles son los cambios naturales que acarrea la tercera edad y qué cuidados debemos proporcionara a los ancianos.

La llegada a la tercera edad

Sin duda, nuestros hábitos de consumo determinan en gran medida la calidad de vida que tendremos en la tercera edad. A medida que una persona envejece va perdiendo capacidades que afectan el desempeño de las actividades cotidianas, pero que por ningún motivo deben ser causa de aislamiento.

«Entre los cambios importantes que se presentan en esta etapa de la vida -explica la doctora María de Jesús Moreno Moreno, jefa del Departamento de Investigación y Divulgación Geriátrica del Insen- destacan los de tipo digestivo: tanto la digestión como la eliminación de las heces son más lentas, lo cual orilla a que el consumo de alimentos disminuya y haya una mayor tendencia a padecer estreñimiento. Por otra parte hay ciertas alteraciones en el sentido del gusto, por lo que muchos alimentos que antes eran de su agrado ya no lo son, o bien, se prefieren platillos más condimentados.

«En lo que se refiere al aparato músculo-esquelético, las articulaciones se modifican, hay una disminución de masa ósea que se manifiesta en el acortamiento de la estatura, la columna vertebral se encorva, surge la tendencia a arrastrar los pies y las manos pierden precisión en su movimiento».

Desde el punto de vista psicológico, la especialista Lucila Chacón Maldonado, del Instituto Nacional de la Senectud, explica: «Hoy en día prevalece la creencia errónea de que las personas de la

tercera edad ya no pueden hacer nada, y a causa de ello los principales problemas psicológicos que surgen entre los ancianos se refieren a la **soledad emocional**; al considerar que son una carga los invade el malestar y la depresión, que físicamente se traduce en el aumento de sus enfermedades y en un sentimiento de abandono: viven esperando el momento final sin recibir el apoyo adecuado para disfrutar de su vejez. En ello radica la importancia de conocer los cambios que se presentan en esta etapa, y de esa manera ayudar a que su vida sea más activa y de mejor calidad».

La soledad en la vejez

La soledad es una de las presiones psicológicas a las que con mayor frecuencia se ven sometidas las personas que llegan a la vejez, la cual muchas veces influye para agravar padecimientos de tipo progresivo, como la diabetes, las afecciones cardiacas, la gota, etcétera.

«Éste es un sentimiento de incapacidad para relacionarse o intimar con otras personas -define el doctor Mario Lazcano, miembro de la Sociedad Mexicana de Geriatría y Gerontología-, en dicho proceso psicológico la persona se siente sola debido a que ya no realiza la misma actividad que antes, no sale con tanta frecuencia, no platica, muchas de sus amistades han fallecido (e incluso su cónyuge), sus hijos tienen otras prioridades...

«La soledad -continúa el especialista- se agudiza cuando la persona comienza a perder a quienes antes estaban a su alrededor.

«Este proceso sin duda repercute en la salud. Se ha demostrado que muchos individuos con sentimiento de soledad pueden desarrollar padecimientos que aceleran su envejecimiento, como la úlcera péptica, la hipertensión y problemas reumáticos. Afortunadamente los familiares de los ancianos tienen la posibilidad de evitar o corregir dicha situación: la mejor manera de hacerlo es demostrarles afecto y apoyarlos para que se relacionen con gente de su misma edad, que participen en las actividades familiares o grupales, no provocar que se sientan inútiles ni dejarlos mucho tiempo solos. Es conveniente estimularlos para que aprendan a ocupar su tiempo libre en compañía de familiares o personas cercanas, o bien, que se integren a los clubes de la tercera edad que existen en el Insen y en las casas del anciano del DIF ubicadas en todo el país».

La licenciada Ana María Cuadros Toledo, trabajadora social e investigadora del Insen, afirma: «A veces de manera inconsciente se da por hecho que los ancianos son inútiles, se les refuerza un rol pasivo e incluso se les condena prácticamente a la inmovilidad, lo que es totalmente perjudicial, ya que ello les acarrea una disminución de todas sus capacidades funcionales, desde alteraciones en el sueño y trastornos digestivos (comenzando por la falta de apetito) hasta padecimientos psicológicos, como la depresión.

«Por eso es importante que las personas sientan el apoyo y la comprensión de quienes viven cerca de ellas y que las animen a seguir disfrutando de actividades que esté dentro de sus posibilidades realizar».

Sobre su alimentación

Otro factor que afecta a la tercera edad es el desconocimiento acerca de cuál es la mejor dieta en esta etapa. En la mayoría de los casos la alimentación se vuelve monótona y se limita a unos cuantos productos, lo cual deriva en falta de nutrimentos.

«Para este grupo la alimentación idónea debe ser a base de frutas, verduras y legumbres -afirma la doctora Moreno, especialista del Insen-, asimismo debe incluir pollo y pescado, queso fresco (si no se tolera la leche) y mucha fibra natural para que no haya problemas de estreñimiento. **El consumo de agua es muy importante**: se recomiendan de 2 a 2 litros y medio al día como mínimo.

Cómo llegar a la tercera edad en forma placentera

En un mundo que parece estar hecho para jóvenes, pocos son los que se ocupan de quienes están envejeciendo, por el contrario, la mayoría de las veces uno cree que se llegará a esa etapa con las mismas capacidades y condiciones físicas de las que hoy goza.

Sin embargo, la vejez implica grandes cambios para los que uno debe prepararse, por ello:

- Procure mantener hábitos alimenticios saludables para evitar padecimientos como diabetes, obesidad y problemas del corazón.
- No deje de practicar la actividad física que sea de su agrado.
- Consolide su círculo de amigos y refuerce sus lazos familiares.
- Piense que llegar a viejo no significa perderlo todo, sino disfrutar de su tiempo libre, de su familia y sus recursos.
- Acuda a que le hagan revisiones periódicas de su estado de salud.
- Desarrolle otras actividades además de la laboral.
- Practique ejercicio por lo menos tres veces a la semana en forma dosificada y adecuada a su edad.
- Prepare el camino para vivir una vejez feliz.

pues muchas afecciones de las vías urinarias y la constipación son consecuencia de beber pocos líquidos.

«Por otro lado -continúa la especialista-, la práctica diaria de ejercicio es fundamental para que el sistema músculo-esquelético no se deteriore con tanta rapidez. La actividad no debe ser extenuante, ni solamente los fines de semana o un día, lo ideal es que sea diaria para que tenga efectos benéficos. Esta medida, además de redituar beneficios físicos, también resulta favorable en el aspecto mental porque ayuda a reducir el estrés y la angustia, y les proporciona un sentimiento de plenitud y alegría».

Los medicamentos

El deterioro orgánico propio de la edad avanzada y las enfermedades crónicas que muchos ancianos padecen ocasionan un elevado consumo de medicamentos que a veces resulta un gasto inútil, debido a que ya no existe la misma capacidad de reacción que en la juventud: la lenta movilidad de sustancias en el organismo retarda la absorción y el efecto de los fármacos.

Uno de los problemas más graves que se presenta en la tercera edad es el consumo indiscriminado de medicamentos, advierten los especialistas del Insen y de la Asociación Mexicana de Geriatría, lo que ocasiona que con mayor frecuencia el anciano experimente ciertas dolencias en el hígado o el estómago. Asimismo es muy común que la persona mayor o su familia tome la decisión de no acudir al médico y se autorrecete.

El problema no acaba ahí, remarcan los especialistas, sino que se extiende al consumo de remedios caseros en forma irracional, y aunque su uso no necesariamente es nocivo, tampoco resulta muy eficaz.

En esta etapa de la vida no se debe consumir ningún medicamento que no haya sido prescrito por el médico; por otro lado, tanto la persona de la tercera edad como su familia deben estar atentos a cualquier reación adversa.

Otro punto importante, concluyen nuestros entrevistados, es tener presente que el médico especialista que atiende a las personas de edad avanzada es **el geriatra**, no el médico general.

Cómo ayudar a quien ha llegado a la tercera edad

Los cambios que se presentan en la tercera edad se relacionan estrechamente con los actos de consumo y la manera en que se asimila dicha etapa de la vida. Vale la pena cultivar la convivencia con nuestros ancianos y recordar que existen instituciones que brindan servicios integrales para las personas de la tercera edad en forma gratuita.

El Insen proporciona servicios médicos y psicológicos, talleres ocupacionales, espectáculos, educación física y albergues, así como la «Credencial del Insen», que puede obtenerse en forma totalmente gratuita presentando dos fotografías tamaño infantil, un comprobante de domicilio y acta de nacimiento o una constancia de edad en cualquiera de los centros del Insen ubicados en todo el país; con esta credencial le harán descuentos de un 5 a un 50 por ciento en infinidad de productos y servicios en toda la República Mexicana.

Si necesita asesoría, ayuda u orientación pida informes en el Insen de su localidad.

El DIF es otra institución que cuenta con casas hogar para personas de edad avanzada, así como apoyo médico y social. Hagamos todo lo posible para que nuestros ancianos vivan mejor, cuidemos de ellos.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Instituto Nacional de la Senectud, Insen.
-DIF.

En medicamentos, pregunte al especialista

- ¿Cuál es el nombre genérico del medicamento que le ha recetado?
- ¿Para qué sirve?
- ¿Cada cuándo se debe ingerir?
- ¿En qué cantidad?
- ¿Por cuánto tiempo hay que consumirlo?
- ¿Qué comidas y bebidas es recomendable combinar con ese medicamento?
- ¿Qué comidas, bebidas o actividades se deben evitar?
- ¿Qué efectos colaterales tiene?
- ¿Qué hacer en caso de sufrir dichos efectos?
- ¿Cuáles son las consecuencias de consumirlo con otros medicamentos?
- ¿Hay instrucciones especiales para solicitarlo en la farmacia?
- ¿Qué hacer si olvida cuándo tomarlo?
- ¿Qué otro nombre comercial tiene el medicamento?

Olimpismo: ¿lo importante es competir o consumir?

Los juegos olímpicos constituyen el máximo evento deportivo en el mundo; a ellos asisten cada cuatro años los mejores atletas provenientes de países de los cinco continentes, todos y cada uno con el deseo de competir y obtener una medalla olímpica que colme su esfuerzo deportivo.

Pero a dicha justa deportiva no sólo asisten los atletas de alto rendimiento y el público espectador, sino también muchas de las firmas comerciales más importantes del planeta para competir entre sí por la preferencia del consumidor; su empeño, al igual que el de los deportistas, finalmente se ve premiado, aunque en este caso con generosas ganancias monetarias que nos obligan a preguntarnos: ¿en el olimpismo es más importante competir o consumir?

Lo invitamos enseguida a «echarse un clavado» en los números que la edición de los Juegos Olímpicos de este año en Atlanta, Estados Unidos generó por concepto de inversión y consumo, para saber quién fue el verdadero ganador en la carrera por los «100 millones de dólares sin relevos», ¿usted gusta?

Más alto, más fuerte, más rápido... y más comercial

En la edición número XXVI de los Juegos Olímpicos, en Atlanta, por concepto de boletaje se vendieron **11 millones** de localidades, superando así a las dos olimpiadas anteriores, las de Seúl y Barcelona juntas. El costo del boleto, por ejemplo, en la inauguración y la clausura fue de entre **200** y **600 dólares**, mientras que para entrar a un partido de futbol en la fase intermedia era necesario pagar entre **25** y **75 dólares**, y en la fase final costó entre **50** y **125 dólares**, sin incluirse desde luego la «reventa» fuera de los estadios.

En suma, la organización del evento costó alrededor de **mil 600 millones de dólares**, de los cuales **500 millones** sirvieron para construir el «Estadio Olímpico» de Atlanta, que ahora servirá como

sede de los «Bravos», el equipo local de béisbol.

En esta ocasión participaron **26 deportes oficiales** y **31** modalidades, los cuales se practicaron en **25** escenarios deportivos de Atlanta; asimismo, entre los **197 países** participantes se repartieron **1993 preseas**.

Al evento asistieron más de **2 millones de visitantes** -de Europa, Asia y Estados Unidos, principalmente-, quienes ocuparon **55 mil habitaciones** de hotel en Atlanta; gracias a que 80 por ciento de la población estadounidense vive a dos horas de vuelo de la capital de Georgia, se facilitaron las reservaciones en ciudades cercanas.

Por otra parte, se calcula que los visitantes mexicanos gastaron en este evento entre **900** y **10 mil dólares** para asistir a varias sesiones deportivas.

Los verdaderos campeones

Alrededor de **3 mil 600 millones** de personas en todo el mundo presenciaron la justa olímpica a través de los medios de comunicación masiva. El Comité Olímpico Internacional (COI) y el Comité Organizador captaron por derechos de transmisión televisiva **¡mil millones de dólares!**

De 1996 al año 2000 el COI espera recibir **3 mil 500 millones de**

Los Juegos Olímpicos, tradición helenista

Los Juegos Olímpicos de la era antigua datan del año 776 a. de C. y originalmente se celebraban en la antigua Grecia para rendirle culto al dios Zeus, soberano del Olimpo.

Los juegos se disputaban en el Peloponeso, en la ciudad de Élide, y al principio únicamente se trataba de una carrera de pista. Con el tiempo, las competiciones fueron en aumento y se integraron las pruebas de lucha, pentatlón, lanzamiento de jabalina y disco, boxeo, carreras de carros y un tipo de lucha sangrienta llamada «pancracia».

Esta competencia cobró una importancia tan especial entre los griegos que los ganadores se convertían en auténticos héroes cantados por los poetas y glorificados en su patria.

A raíz de la conquista de Grecia por parte de los romanos, los juegos se mantuvieron hasta mediados del siglo II a. de C., cuando el emperador romano Teodosio abolió definitivamente las competiciones por considerarlas vinculadas a creencias paganas.

Siglos después, el barón francés Jean Pierre de Coubertin retomó esa tradición helénica a finales del siglo XIX e inauguró en Atenas (1896) la «era moderna» de los Juegos Olímpicos, con los lemas sobre la no discriminación racial, política o religiosa.

Sin embargo, los problemas bélicos y políticos del siglo XX, es decir, la primera y la segunda guerras mundiales, así como la comercialización en los últimos tiempos han dado al traste en buena medida con los lemas olímpicos, que ahora parecen apuntar hacia aspectos comerciales y publicitarios que ponen en riesgo el espíritu deportivo del olimpismo.

dólares, de los cuales en Atlanta se recabó la mayor cantidad por concepto de derechos de televisión, entradas a los estadios y la concesión de patrocinios a una amplia lista de empresas, entre las que figuraron **Coca Cola, Kodak, Panasonic, UPS, IBM, Texaco, AT & T, Budweiser, Mac Donald's** y **Nissan**, entre otras.

Los olímpicos en casa

Durante las olimpiadas, al sentarse frente al televisor o al escuchar la radio seguramente sintonizó algunos programas que transmitían las hazañas deportivas de los atletas olímpicos. En dichos programas proliferó la publicidad de productos alimenticios -en particular comida «chatarra»-, películas y artículos fotográficos, algunas bebidas alcohólicas y «refrescantes», además de ropa deportiva, todos ellos asociados con la realización de los juegos.

Tampoco faltaron los anuncios de líneas aéreas y de tarjetas de crédito, las cuales por ejemplo, a través de promociones publicitarias, invitaban al consumidor a pagar «la cuenta» con la «tarjeta oficial de los Juegos Olímpicos».

Asimismo, tratando de hacer su «agosto en julio», las tiendas de autoservicio rebajaron las botanas y otros alimentos para que usted, al lado de su familia o los «cuates», disfrutara del suceso deportivo del año. Por su parte, las tiendas de artículos de línea blanca le proponían cambiar ese «viejo televisor» por uno nuevo para ver con más «nitidez» a sus héroes deportivos.

Entre las incontables «chucherías» comercializadas de manera «oficial» o «pirata» se encontraron llaveros, relojes, pulseras, viseras, prendedores, estampas, carteles, monedas conmemorativas, libros sobre el espíritu olímpico, el tema musical oficial y un sinnúmero de productos más, todos con el escudo olímpico impreso y la imagen de la mascota oficial.

Nuestros atletas mexicanos también entraron a los «aros del consumo», pues a aquel competidor que ganara una medalla de oro se le otorgaría un premio de **50 mil dólares**, producto del patrocinio de empresas como **Cervecería Cuauhtémoc, Bancomer, Taesa** y **Adidas**.

Éste fue el escenario de los Juegos Olímpicos de Atlanta 1996 durante 16 días, en los cuales el consumo de mercancías -en aras del «olimpismo»- fue el máximo ganador. Sin embargo, no hubo medallas para este exitoso competidor, aunque con las jugosas ganancias obtenidas seguramente quedó más satisfecho... O usted, ¿qué opina?

Francisco Flores

Fuentes: -Comité Olímpico Mexicano.
-Diarios El Financiero, Reforma y Excélsior, 1995-1996.
-The Olympic Web Page, Olympic Merchandise of Atlanta 1996.

Daniel Aceves Villagrán
Los atletas: ¿protagonistas del consumo?

Daniel Aceves Villagrán, deportista mexicano ganador de una medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Los Ángeles 1984 en lucha grecorromana, y actual Delegado de PROFECO en Azcapotzalco, nos platica su experiencia olímpica como deportista y su postura respecto al consumo y la tradición olímpica, ingredientes que suelen combinarse cada vez con mayor intensidad.

«Luego de viajar por algunos países como deportista me di cuenta no sólo de la cultura de estos pueblos, sino de su tradición consumista que se reflejaba en los compañeros atletas.

«El consumo depende del país y del atleta que lo practica, por eso es muy diverso. Por ejemplo, los atletas del exbloque socialista tenían la tendencia a adquirir productos que no conseguían en sus países, como radiograbadoras, ropa de colores vivos y algunos artículos personales. En cambio, los atletas del bloque occidental trataban de comprar artículos de colección, entre los cuales destacaban pants, playeras y joyas, entre otros *souvenirs*».

Una experiencia agradable dentro de su participación en los Juegos Olímpicos fue la hermandad que existía entre los deportistas de diferentes naciones a la hora de compartir artículos de consumo.

«Al principio la atención está puesta en las pruebas, pero al final del evento, cuando la 'guerra' deportiva termina, se manifiesta una hermandad abierta y los deportistas intercambian recuerdos de la edición olímpica».

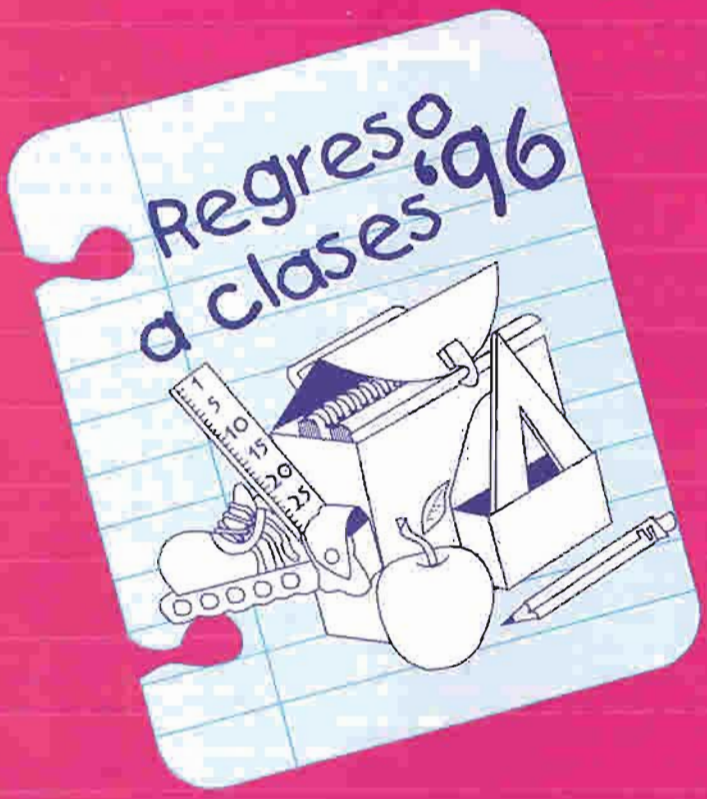
Éste es un aspecto del olimpismo, pero los lemas olímpicos también se ven amenazados por diferentes situaciones, como el «gigantismo» -incremento de deportes en la máxima justa deportiva- y la comercialización.

Respecto a la comercialización del deporte, Daniel Aceves nos comenta: «Vivimos una etapa consumista, el deporte no puede sobrevivir solamente con los recursos que le proporciona el Estado; se necesitan mecanismos viables, como la comercialización, pero tratando siempre de mantener intacta la filosofía olímpica».

En este sentido, nuestro entrevistado piensa que el olimpismo se enfrenta a una encrucijada: comercializar sus eventos o perder la proyección a nivel internacional, lo que le impediría transmitir un mensaje de unión y hermandad entre los pueblos.

«El precio puede ser alto, pero si se logran conciliar los intereses deportivos con el consumo en favor de la población internacional, el resultado puede ser favorable».

Venta especial de:



del viernes 16 al domingo 25 de agosto de 1996

PALACIO DE LOS DEPORTES

En ayuda a su presupuesto familiar la Venta Especial de Regreso a Clases **le ofrece durante 10 días** Precios Bajos **en artículos, material y libros escolares.**

"TODO EN UN MISMO LUGAR"

Este anuncio es canjeable por una Tarjeta de Descuento **con valor de $4.00, válida durante la Feria y 30 días después**

EN APOYO AL PROGRAMA DE REGRESO A CLASES DE:

PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR · SECOFI · TV Azteca · TV Fonacot

REMEX

Av. Río Churubusco y Añil s/n., Col. Granjas México
08400, México, D.F.
Tels: (52-5) 657-4999, 657-2454. Fax: (52-5) 657-5926
Internet: http://remex.web.com.mx,
Correo electrónico: remex@spin.com.mx

Agencia de viajes, ¿su mejor compañera?

¡Por fin!, después de un intenso y continuo esfuerzo en el trabajo, la escuela y el hogar hacen su arribo las tan anheladas vacaciones de verano, y con ellas se abre un abanico de posibilidades de diversión y descanso que con toda seguridad nos alejarán de la monotonía diaria.

Gracias a la inigualable belleza de las ciudades coloniales, zonas arqueológicas y playas tenemos la oportunidad de elegir un sitio turístico de acuerdo con nuestros gustos y posibilidades económicas.

En la actualidad, una de las opciones más cómodas para planear y disfrutar al máximo las vacaciones es viajar mediante los servicios de una agencia, donde nos proporcionarán la información y asesoría necesarias.

Agencias y operadoras turísticas: una alternativa para el viajero

La actividad que desempeñan tanto las agencias de viajes como las operadoras turísticas en nuestro país es de suma importancia, ya que alrededor del 80 por ciento de las ventas de boletos de líneas aéreas y reservaciones de hoteles se realizan a través de esas empresas.

La principal función de las agencias de viajes es servir de intermediarias entre los consumidores y los diversos prestadores de servicios, ya sean líneas aéreas, navieras, transportes terrestres, hoteles, restaurantes, e incluso algunos centros de espectáculos.

Las denominadas operadoras turísticas son empresas mayoristas, es decir, por lo regular no tienen trato directo con el consumidor, sino con las agencias. En realidad, las operadoras se encargan de armar y ofrecer información acerca de diversos paquetes a las agencias, para que éstas a su vez los pongan a disposición del turista.

Dichos paquetes van desde los más austeros, que sólo incluyen el servicio de viaje redondo y el hospedaje, hasta los más completos, que engloban servicios como comidas, bebidas, uso de canchas de tenis y voleibol, gimnasios, actividades recreativas y propinas.

Algunos paquetes también brindan tarjetas de «ahorro», con las cuales se ofrecen descuentos en el consumo de alimentos y bebidas en determinados restaurantes, sin embargo este tipo de servicios adicionales van en proporción al precio final del paquete.

Es importante aclarar que si lo desea puede acudir directamente a la operadora o a la agencia, ya que en realidad el paquete tiene el mismo costo en ambos lugares, aunque su costo puede variar de operadora a operadora, dependiendo de la cantidad y la calidad de los servicios que se ofrecen.

Adquirir alguno de estos paquetes, amigo consumidor, puede resultar una buena opción, ya que usted se ahorrará -en promedio- entre el 20 y el 30 por ciento de lo que gastaría si contrata por separado (y por su cuenta) el servicio en el hotel o la línea aérea. Otra de las ventajas de una agencia es que pueden elaborarle un paquete de acuerdo con sus necesidades y su presupuesto.

Infotur le auxilia

Otra alternativa para planear sus viajes y realizar sus reservaciones es acudir a los módulos de reservación de la Secretaría de Turismo, ubicados en Presidente Masaryk núm. 172, P. B., colonia Polanco,

Otras opciones

Gracias a la extensión de su territorio, a la variedad de sus climas, a sus múltiples bellezas naturales y a nuestras profundas raíces históricas, nuestro país es un lugar mágico que es necesario descubrir a cada momento. Dentro del vasto territorio nacional existen lugares que no son muy conocidos, sin embargo, las agencias de viajes poco a poco los han promovido, tal es el caso de la zona arqueológica de Uxmal, localizada al suroeste de la ciudad de Yucatán, que destaca por la belleza de sus edificaciones.

Y si de playas se trata no podemos olvidar el estado de Nayarit con sus hermosas costas en el Pacífico, sus pintorescos paisajes y una exquisita gastronomía a base de pescados y mariscos. Además cuenta con sitios de interés histórico, como el Puerto de San Blas.

Otro de los lugares que destaca por la belleza colonial de sus ciudades es el estado de Durango, donde hay lagunas, museos, zonas arqueológicas, balnearios, grutas, cuevas y hasta desiertos, como la Zona del Silencio.

o pedir informes en la representación de la Sectur en su entidad.

Dichos módulos brindan el servicio de reservación y asesoría sin costo alguno, e incluso existe la posibilidad de conseguir paquetes turísticos a muy buenos precios. Si todavía no sabe a dónde viajar o requiere información sobre algún destino turístico acuda a consultar los folletos, trípticos y videos que se despliegan en una pantalla electrónica digital, o bien, llame a la línea de ayuda de Infortur al 250-01-23 en el D. F. o sin costo alguno al 91-800 903-92 desde cualquier punto de la república.

Sus derechos también viajan

Si usted ya decidió realizar sus reservaciones a través de una operadora turística o de una agencia de viajes, no olvide que en materia turística los derechos y las obligaciones de consumidores y de prestadores de servicios se encuentran estipulados en la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) y en la Ley Federal de Turismo.

El artículo 7 de la LFPC lo protege: «Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se ofreció, obligó o convino con el consumidor».

En caso de que usted llegue a la línea aérea u hotel con su reservación en mano y no exista cupo o detecta alguna anomalía porque el servicio se sobrevendió, recuerde que la Ley Federal de Turismo, en su artículo 38, indica: «En caso de que el prestador del servicio turístico incumpla con uno de los servicios ofrecidos o pactados o con la totalidad de los mismos, tendrá la obligación de reembolsar, bonificar o compensar la suma correspondiente al servicio incumplido, o bien, podrá prestar otro servicio de la misma calidad o equivalencia al que hubiere incumplido, a elección del turista...».

Según lo que estipula el artículo 58 de la LFPC, todo proveedor de bienes o prestador de servicios tiene la obligación de ofrecerlos sin preferencia o discriminación alguna a los solicitantes, tales como la selección de la clientela, reserva del derecho de admisión y otras prácticas similares, salvo por causas plenamente justificadas en cada caso o que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento.

Viaje sin problemas

A continuación le ofrecemos una serie de recomendaciones que le serán de utilidad si desea que sus vacaciones sean inolvidables:

- Llegue antes de la hora marcada para abordar, ya sea que se traslade en transporte terrestre o en avión.
- Cuando contrate o liquide cualquier servicio no olvide solicitar su comprobante de pago o factura porque es indispensable presentar este documento en caso de reclamación.
- De ser víctima de algún abuso por parte de un prestador de servicios durante sus vacaciones llame a los teléfonos de PROFECO: 568-87-22 ó 211-64-14 en el Distrito Federal y área metropolitana, o al 91-800-903-13 sin costo desde el interior de la república. Los horarios de atención son de las 8:00 a las 20:00 horas en la ciudad de México, y de las 8:00 a las 18:30 horas en las entidades.
- Antes de contratar una agencia de viajes solicite algunas referencias entre sus conocidos o familiares.
- De preferencia elija alguna que tenga prestigio en el mercado y varios años operando.
- Si le es posible verifique que la agencia esté registrada en las Secretarías de Turismo, Relaciones Exteriores o Hacienda y en la Confederación de Agencias de Viajes.
- Exija que le entreguen por escrito todos los documentos relativos a las reservaciones.
- Una semana antes de la fecha de salida llame a la agencia para reconfirmar sus reservaciones.

¡Feliz viaje!

J. Alfredo Flores

Fuentes: -Ley Federal de Protección al Consumidor.
-Ley Federal de Turismo.
-Secretaría de Turismo.
-Agencias de Viajes.

Inmobiliarias: ¿convienen o no?

Si usted está pensando vender su casa y desconoce los pasos a seguir para alcanzar este objetivo o no tiene el tiempo necesario para promoverla, existe otra opción que le ayudará en esta labor: contrate una inmobiliaria, pero ¡espere!, antes lea cuidadosamente el siguiente reportaje para evaluar qué le conviene o no de este tipo de servicios.

Qué es y para qué sirve

Una inmobiliaria es la compañía dedicada a la construcción, alquiler o venta de inmuebles. En esta ocasión, la **Revista del Consumidor** únicamente abordará lo referente a la intermediación que dicha empresa lleva a cabo en la **compra y venta de una casa habitación**, es decir, el enlace entre alguien que quiere vender y alguien que desea comprar un inmueble para uso habitacional.

En este sentido, los principales servicios que brinda una inmobiliaria son los siguientes:

- **Intermediación:** consigue a una persona física o moral que compre el inmueble (de la persona que contrató los servicios de la inmobiliaria), a fin de lograr la operación de compraventa.

- **Revisión de la documentación:** comprobará que esté completa y en regla. Al momento de firmar el contrato de prestación de servicios inmobiliarios se entrega al profesional o agente inmobiliario una copia fotostática de la escritura o título de propiedad (en caso de hipoteca deberá verificar que ésta se encuentre liberada a través de otra escritura, o que los pagos se encuentren al corriente) y demás documentos, como planos y avisos de construcción (el carecer de ellos no es impedimento para vender), los recibos pagados de predial y agua, así como los de teléfono y luz, en caso de que la casa se encuentre habitada.

- **Promoción:** promoverá el inmueble utilizando los medios de difusión que considere adecuados, por ejemplo, anuncios en periódicos, revistas especializadas, rótulos, banderines, gallardetes y medios de comunicación interna, como la Bolsa Inmobiliaria AMPI (o libro de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios, que aglutina al 90 por ciento de las inmobiliarias del país y en el cual se señalan las características, la fotografía y el precio del inmueble).

- **Mantenimiento:** es un servicio adicional, con cargo al cliente, que consiste en la reparación y la limpieza del inmueble.

- **Asesoría:** el profesional analizará la propiedad para determinar su valor en el mercado y la manera más adecuada de enajenarlo, tomando en consideración las características físicas y consecuencias fiscales para que el pago de impuestos se efectúe en la forma en la que más le beneficie al vendedor conforme a las leyes vigentes. Asimismo, lo orientará en relación con los contratos y con la documentación necesarios para el manejo de la operación y su escrituración ante notario público.

- **Información:** periódicamente rendirá al propietario un informe de

las labores que ha realizado durante la vigencia del contrato de Prestación de Servicios Inmobiliarios.

- **Cierre de la operación:** el agente inmobiliario se asegura, a través de un contrato de compraventa -en beneficio de las dos partes (vendedor y comprador)-, del cierre de la operación ante notario público a fin de que se cumpla con el precio, la forma y el tiempo de pago al vendedor, así como con la entrega del inmueble y su respectiva documentación al comprador.

Ventajas del servicio

Si bien es cierto que para obtener este tipo de servicio deberá pagar una **comisión** (dependiendo de la inmobiliaria, ésta puede ser **del 5 al 7 por ciento, más IVA**, sobre el valor al que se venda la propiedad), usted puede dejar en manos del agente inmobiliario todos los pasos a seguir para promover, tramitar y finiquitar la venta de su casa habitación:

El agente inmobiliario generalmente elabora los **cuatro documentos** que se requerirán en la operación de compraventa de un inmueble:

a) **Contrato de Prestación de Servicios Inmobiliarios:** en el que intervienen el vendedor y el agente inmobiliario para pactar el precio de venta del inmueble, el porcentaje que se cobrará por el servicio y las condiciones de pago, así como la duración del contrato.

Hay dos tipos de Contrato de Prestación de Servicios Inmobiliarios: el **contrato con exclusiva** y el **contrato sin exclusiva**.

El primero es el más usual, ya que cerca del 90 por ciento de las inmobiliarias -las cuales se encuentran asociadas a la AMPI- lo prefieren, porque de esta forma no ponen en riesgo su trabajo en caso de que el vendedor encuentre un comprador por su cuenta o el inmueble sea promovido por otra inmobiliaria.

«El 'contrato con exclusiva' normalmente tiene una vigencia de tres o cuatro meses, no obstante, debido a la crisis económica actual -manifiesta nuestro entrevistado, Carlos Rivera Montiel, presidente de la AMPI Ciudad de México, A. C.- es más difícil vender, por lo que hoy en día su duración es de seis meses pues hay mucho más vendedores que compradores. En general las ventas han caído un 40 por ciento y los inmuebles han bajado de precio entre un 30 y 40 por ciento».

Los miembros asociados a la AMPI pueden ofrecer un servicio más completo, pues si un comprador del interior de la república desea adquirir un inmueble en otra entidad establecen comunicación interna y realizan la operación de forma más rápida, compartiendo entre ellos la comisión.

b) **Contrato de Promesa de Compraventa o Compromiso de Compraventa:** la firma de este documento se efectúa cuando ya se tiene un comprador, es decir, será firmado por el comprador y el vendedor. Dicho documento sirve para estipular los elementos característicos (precio y descripción pormenorizada del inmueble, y plazo o fecha en que se celebrará el contrato definitivo), pudiendo establecerse en él una pena convencional para ambas partes en caso de incumplimiento o rescisión. Por su parte, el agente inmobiliario podrá intervenir como testigo, o bien, si éste y el vendedor lo acuerdan desde el principio, podrán recibir como garantía los depósitos que haga el nuevo comprador, de tal manera que si el probable comprador desiste de su ofrecimiento de compra, pierde su dinero, mismo que queda en manos del vendedor; el agente, por su lado, cobra una comisión proporcional a lo recibido.

Es necesario aclarar que este tipo de contrato únicamente puede ser suscrito entre el vendedor y el comprador, salvo que alguno de ellos haya nombrado como su representante legal a un tercero o a la misma inmobiliaria, en cuyo caso para mayor seguridad se debe solicitar el poder con el que se acredite dicha personalidad, a fin de asegurar que ese sujeto se puede obligar a nombre del vendedor o del comprador, según corresponda.

c) **Contrato de Compraventa:** asesorados por el profesional inmobiliario, el vendedor y el comprador formalizarán la operación de compraventa, en la cual se deberán estipular los nombres de ambas partes, las dimensiones del inmueble y los datos de inscripción en el Registro Público de la Propiedad. Además, si el precio se pagara a plazos se debe verificar el monto de los intereses, los cuales

Comportamiento de las inmobiliarias

En los dos últimos trimestres, la **Revista del Consumidor** publicó en sus páginas cuáles han sido las empresas más demandadas. En la sección «El comportamiento de las empresas» usted, amigo lector, podrá encontrar datos concretos acerca de la conducta mercantil de diversos proveedores y prestadores de servicios que han sido reportados y sancionados por PROFECO. A continuación le damos a conocer lo referente al giro de inmobiliarias y promotoras, con el fin de que tenga cuidado al contratar los servicios de las empresas que enseguida citamos.

Trimestre de octubre a diciembre de 1995

Entre los proveedores y los prestadores de servicios **con mayor número de quejas**, las inmobiliarias y promotoras ocuparon el 18° sitio, al registrar 43 quejas la compañía **Calpan, S. A. de C. V.**

Asimismo, este tipo de servicios ocupó el 6° lugar en el listado general al contabilizar 260 reclamaciones, de las cuales se habían resuelto 96 a fines de febrero. Dicho rubro también ocupó el 10° sitio en lo que se refiere al **giro con mayor número de denuncias** (6).

En lo que respecta a las **sanciones económicas**, este tipo de servicios registraron diez sanciones con un monto de $271,500.00, además de ser el **giro con mayor número de sanciones económicas** -84- con un monto de $833,040.60.

Por último, en este trimestre los **proveedores y prestadores de servicios de este ramo con más sanciones económicas** fueron **Infonavit** -30- con un monto de $13,710.00; **Criba, S. A de C. V.** -21- por un total de $345,870.00 e **Inmobiliaria Kino S. A. de C. V.** -10- por $271,500.00. Ocupando el 3°, 7° y 9° sitios respectivamente.

Trimestre de enero a marzo de 1995

Las inmobiliarias y promotoras de servicios con **mayor número de quejas** se colocaron en el 15° lugar del listado general al registrar 84 quejas la compañía **Calpan, S. A. de C.V.**, de las cuales se habían resuelto 19 hasta fines de mayo.

En cuanto a **sanciones económicas,** las empresas **Corporativo Constructora Peninsular, S. A.** registró cuatro demandas por un monto total de $55,513.00; **Desarrollo Programado, S. A. de C. V.** -3- por $130,225.00; **Inmobiliaria del Valle del Fuerte, S. A. de C. V.** -3- por $48,360.00, ocupando el 10°, 13° y 14° lugares respectivamente.

De igual forma, las inmobiliarias y promotoras fueron uno de los **giros con mayor número de quejas** al registrar 407 (colocándose en el 6° sitio), además de ocupar el 5° sitio por tratarse de uno de los **giros con mayor número de sanciones económicas** -22- por un monto total de $586,148.00.

Amigo lector, si desea obtener mayor información sobre el comportamiento de alguna empresa en particular, llámenos al Departamento de Comportamiento Comercial de PROFECO al teléfono 625-67-00 extensión 1373.

pueden calcularse mediante una tasa fija o variable (es importante que el comprador realice previamente la operación matemática correspondiente, a efecto de determinar si dichos intereses no causan demérito en su patrimonio y si está o no en posibilidad de pagarlos). En caso de que el contrato sea privado, se debe establecer la fecha en que se elevará a escritura pública.

Se debe señalar con claridad si el contrato es una **«compraventa lisa y llana»** o con **«reserva de dominio»**. En la primera se establecen la forma en que fue adquirido el inmueble, el precio, las dimensiones y, en su caso, la forma y el lugar de pago; en la compraventa con reserva de dominio se incluyen los mismos datos que en el anterior, salvo que el vendedor retiene la propiedad hasta que el comprador, quien tendrá la posesión, cubra la totalidad del precio para después llevar a cabo el otorgamiento de una escritura de cancelación de la reserva de dominio, con la cual el comprador se constituye en propietario del inmueble.

d) **Escritura Pública:** es el instrumento público que el notario asienta en el protocolo para hacer constar un acto jurídico, y que en el caso de compraventa de un inmueble efectúa legalmente el traslado de dominio (el agente inmobiliario sólo fungirá como testigo presencial).

* Realiza el avalúo comercial: su costo es variable y puede ir desde 500 hasta 2 mil pesos, de acuerdo con el valor y la zona en la que se encuentra ubicada la propiedad; puede pagarse al momento de contratar el servicio de intermediación o al final, al cubrir la comisión según lo acordado con la inmobiliaria. Cabe señalar que algunas inmobiliarias no cobran esta cantidad si la propiedad que vendieron les da a ganar una alta comisión (también hay ocasiones en que el avalúo está incluido en la comisión).

* Para escriturar se toma en cuenta el llamado valor catastral o avalúo fiscal, que junto con el avalúo comercial y el precio de venta sirven para determinar el monto del Impuesto de Adquisición de Bienes Inmuebles, esto es, el notario público debe tomar en cuenta el monto más alto de estos tres valores para calcular dicho impuesto.

Hay que aclarar que a pesar de que no existe un tabulador de precios para determinar el costo de una propiedad, pues se ejerce la ley de la oferta y la demanda, los profesionales inmobiliarios tienen los conocimientos necesarios para determinar el costo por metro cuadrado de las zonas, tipo y estado de las construcciones, e incluso de las cuadras más cotizadas.

Para el avalúo fiscal, la Tesorería de la Federación cuenta con tablas de valores de precios en las que se especifica el costo del metro cuadrado en diferentes zonas del país, a partir del cual se determina el desembolso del 2 por ciento por

el Impuesto sobre la Adquisición de Inmuebles. El pago de este impuesto correrá a cargo del nuevo comprador, quien además deberá pagar los gastos que se hayan originado por virtud de la compraventa, como son: el avalúo comercial, los honorarios del notario, los gastos de inscripción de la escritura en el Registro Público, los gastos de investigación de dominio ante el mencionado organismo, así como los gastos de investigación de adeudos ante la Tesorería y, en caso de crédito, comisiones por apertura.

Por su parte, el vendedor únicamente deberá pagar el Impuesto Sobre la Renta, a menos de que se le exima de éste por acreditar con comprobantes de pago de teléfono, de luz, de casas comerciales o del sistema nacional bancario, que ha vivido en la propiedad en cuestión durante los dos últimos años.

* Como la mayoría de las casas en venta ya se encuentra desocupada, la inmobiliaria proporciona el servicio de limpieza y mantenimiento con cargo al cliente. Si no es el caso, el profesional inmobiliario avisará con antelación al propietario de las visitas que harán los posibles compradores.

* La forma de pago por comisión al agente inmobiliario no se hace por adelantado, pues se paga entre el 30 y el 50 por ciento a la firma del contrato de compraventa, y el saldo restante a la firma de la escritura, que puede tardar de uno a tres meses (si hay de por medio un crédito bancario).

* Otra ventaja de contratar este tipo de servicios radica en que la mayoría de las inmobiliarias (90 %) integrantes de la AMPI debe cumplir con los estatutos y el Código de Ética de esta asociación; en caso contrario, ésta los sanciona primero con llamadas de atención y después con suspensión temporal e incluso definitiva; de esta manera el mal prestador pierde prestigio, deja de pertenecer a la bolsa inmobiliaria y ya no se le permitirá anunciar sus inmuebles en ella.

¿Y las desventajas?

- En términos generales, el pago por concepto de comisión a una inmobiliaria (más IVA) es alto.

- El «contrato con exclusiva» limita al vendedor en caso de que durante la vigencia del mismo encuentre por su parte un comprador, ya que de todos modos deberá pagar al prestador del servicio la mitad o parte de los honorarios acordados o, en el mejor de los casos, los gastos de publicidad y el avalúo realizado (con excepción de aquellos que son clientes de la inmobiliaria).

- Al momento de mostrar el inmueble, el vendedor no podrá intervenir de forma alguna, perdiendo la oportunidad de resaltar las cualidades de la casa que él mejor que nadie conoce.

- En caso de que el inmueble se encuentre habitado, la limpieza, la conservación y la seguridad del lugar, así como el pago de todo tipo de servicios, como teléfono y energía eléctrica, durante todo el tiempo que esté vigente el contrato con la inmobiliaria y hasta la entrega de la posesión del mismo, correrán a cargo del vendedor.

- Si por alguna razón el vendedor o el comprador rescinden la operación de compraventa, el vendedor deberá pagar a la inmobiliaria parte de los honorarios pactados desde el inicio.

Recomendaciones

- El **vendedor** deberá asegurarse de que la empresa con la que está contratando sea una persona moral, legalmente constituida e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio. De igual manera deberá verificar que el agente inmobiliario se encuentre debidamente facultado para obligarse a nombre de la empresa.

- Las obligaciones de la **inmobiliaria** para con el consumidor son cumplir con las condiciones bajo las cuales se prestará el servicio o se venderá el inmueble, tales como el precio de la casa y sus dimensiones, fecha de entrega y las condiciones y el monto de los pagos. En caso de que sea una compraventa a plazos, es indispensable establecer el lugar y la fecha de pago, el monto de los impuestos y a quién se le pagará, es decir, debe aclararse si la inmobiliaria se va a hacer cargo de pagar a cuenta del consumidor los honorarios del no-

tario y demás derechos que se causen por la compraventa.

- El **comprador** deberá acudir al Registro Público de la Propiedad para verificar que el inmueble que piensa adquirir es propiedad de la persona que lo desea vender y que dicha casa no tiene hipoteca o limitación alguna de dominio que pueda generar derechos a terceros que no son parte del contrato. Además deberá cerciorarse, con la ayuda de los comprobantes correspondientes, de que no exista ningún adeudo de carácter fiscal (como el pago del impuesto predial y de agua) o de cualquier otro tipo de servicios.

Asimismo es conveniente que el vendedor le informe al **comprador** sobre el monto de los impuestos y derechos que se generan en virtud de la compraventa, así como cuáles son los honorarios del notario, si se llegare a celebrar la compraventa ante dicho federativo. En caso de que el contrato sea privado se debe estipular la fecha en que se elevará a escritura pública.

El comprador deberá recordar que no solamente va a pagar el precio del inmueble que está adquiriendo, sino también los demás gastos que se generan en virtud de dicha operación; lo más recomendable es que haga una sencilla operación matemática a fin de verificar si dichos pagos no lesionan su patrimonio.

- Tanto el **comprador como el vendedor** deben observar que los documentos que firmen no contengan cláusulas que lesionen sus intereses, estipulando las obligaciones y los derechos de ambas partes, los cuales para mayor defensa del consumidor deberán constar siempre por escrito.

- **Recuerde que para su seguridad, toda operación de compraventa debe constar siempre en escritura pública.**

Lo que dice la ley

La Ley Federal de Protección al Consumidor establece lo siguiente: El **artículo 73** señala la competencia de PROFECO respecto a controversias relacionadas con inmuebles, siempre que el proveedor o prestador de servicios sea fraccionador o constructor de viviendas destinadas a casa habitación; por lo tanto, si un consumidor tiene un problema con una inmobiliaria o con una persona física que se dedique a dichas actividades, puede acudir ante la Procuraduría a presentar su reclamación.

Si se rescindiera el contrato de compraventa a plazos sería aplicable el **artículo 70** de dicha ley, el cual estipula que tanto el vendedor como el comprador deberán restituirse mutuamente las prestaciones que se hubieren hecho y en el caso de que el inmueble se hubiera entregado, el vendedor tendrá derecho a exigir el alquiler o renta por su uso y, en su caso, una compensación por el demérito que haya sufrido el bien. En el caso del comprador, si es que ha pagado parte del precio, tendrá derecho a recibir los intereses computados conforme a la tasa que, en su caso, se haya aplicado a su pago.

El **artículo 7** de la LFPC advierte: «Todo proveedor está obligado a respetar los precios, garantías, cantidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio...». Si la inmobiliaria no cumpliera con dicha disposición, se aplicará lo señalado en el **artículo 127** de esta ley, sancionándola hasta con mil 500 veces el salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, esto es, desde uno hasta 27 mil 450 pesos, y si reincide se le sancionará con el doble de dicho monto, con la clausura de la inmobiliaria e inclusive con arresto administrativo.

Tanto el vendedor (por contratar los servicios del prestador del servicio) como el comprador (porque la mayoría de las veces la inmobiliaria es la encargada de llevar a cabo los trámites ante el notario o ante la Tesorería), como consumidores, pueden solicitar la intervención de PROFECO si la inmobiliaria no cumple con sus funciones.

Por su parte, los Tribunales Civiles intervienen cuando el vendedor o el comprador incumplen el trato y está en proceso la escrituración.

Cabe mencionar que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) publicó en el *Diario Oficial de la Federación* -el 8 de marzo del año en curso- el Proyecto de **Norma Oficial Mexicana NOM-112-SCFI-1995** «Requisitos de Información para la Prestación de Servicios Inmobiliarios y la Compraventa de Inmuebles», para su consulta pública en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 47, fracción I, de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Amigo lector, si por cuenta propia realiza la venta de su casa, no entregue la propiedad antes de haber recibido todo el pago; si es el comprador, no pague nada si no le firman las escrituras y le entregan la casa. Recuerde que toda operación de compraventa -a través de una inmobiliaria o de manera particular- es necesario hacerla por escrito para que en caso de una controversia pueda defenderse mejor, recuerde que «papelito habla».

Leticia Muñoz

Fuentes: -Entrevista al licenciado Carlos Rivera Montiel, presidente de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios Ciudad de México, A. C.
-Dirección General Jurídica Consultiva, PROFECO.

Cirugía plástica estética

La «magia» de los implantes en senos y glúteos

Mariana observaba lentamente su cuerpo. Desnuda frente al espejo, se decía:

-Me gusta mi figura. Pero si pudiera cambiar alguna parte de mi cuerpo, desearía aumentar el volumen de mis senos y glúteos... ¡Sí, eso haré!: pero ¿a quién debo acudir?, ¿cuánto me costará?, ¿podré trabajar inmediatamente?, ¿no tendré complicaciones...?

Si usted se ve reflejada en esta escena, quizá le interese saber los pormenores de este tipo de cirugías. Por tal motivo, la **Revista del Consumidor** lo invita a que se «deleite la pupila» leyendo la siguiente información.

Origen y evolución

La cirugía de los implantes comenzó hace unos 25 ó 30 años en Estados Unidos con el empleo de materiales como el **poliuretano**. Sin embargo, su principal deficiencia fue que con el paso del tiempo dicho implante se endurecía -se «encapsula» es el término incorrecto que comúnmente se aplica-, por esa razón se siguieron buscando nuevos elementos de relleno, hasta crear el que actualmente está de moda: **el gel de silicón**, el cual se coloca en varias capas para evitar que se salga.

Otro tipo de implantes que se comercializan, aunque en menor proporción, son los rellenos de **hidrogel** u otras «gelatinas», y el de **solución salina**. Este último tiene un inconveniente: incluye una válvula que de no quedar bien sellada podría dejar salir el contenido, provocando asimetría.

Cabe mencionar que los implantes pueden ser de diferentes volúmenes y formas (de perfil bajo y de perfil alto), dependiendo de la proyección y de las características del tórax, y es el médico quien decide el tipo de implante que se colocará a la paciente. En cuanto a la superficie de estos productos, antes era lisa y ahora se fabrica texturizada.

Mitos y realidades

Existen muchos mitos en torno a cómo aumentar el volumen de los senos y los glúteos de forma «natural», es decir, sin someterse a una cirugía.

«Las pacientes llegan y nos dicen que después de hacer ejercicio, lejos de aumentar, se reduce su talla de busto -señala el especialista Antonio Alejandre Suárez, miembro de la Asociación Mexicana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva-; esto se debe a que el tejido mamario es lo que le confiere volumen al busto, junto con cierta cantidad de grasa. Por lo tanto, una paciente delgada que ejercita su cuerpo quemará la grasa y, obviamente, el volumen se reducirá.

«En el caso de los glúteos sí se trata de músculos, por eso se debe recomendar que primero se fortalezca esa zona mediante ejercicios, y si de esa forma no consigue lo que quiere, será una candidata ideal para los implantes».

Las mujeres que se someten a este tipo de intervenciones son relativamente jóvenes -entre 18 y 30 años- y delgadas, es decir, sólo buscan **modelar su figura**. Antes de realizar la cirugía se les solicitan los siguientes exámenes clínicos: química sanguínea y tiempos de coagulación (para descartar problemas de anemia u otro tipo de infecciones, colesterol alto, hipertensión), así como biometría hemática.

A las pacientes mayores de 35 años primero se les efectúa una mastografía para tener la certeza de que no hay alguna tumoración, alteraciones en el pezón, etcétera, y a las de más de 40 años se les realiza un examen de mama más profundo.

Por consiguiente, las candidatas idóneas son aquellas que no tienen ninguna contraindicación derivada de una valoración sobre sus antecedentes ginecológicos.

Cuál es la técnica

Hay dos tipos de técnica en el caso de los senos: colocar los implantes detrás de la glándula, o bien, detrás del músculo pectoral. En ambos casos el relleno se debe mantener totalmente independiente de la glándula, lo que permite que aquellas mujeres que posteriormente tengan hijos puedan amamantarlos.

Para llevar a cabo la operación se hace una incisión de 4 centímetros aproximadamente a nivel de la axila, del pezón o del surco intramamario (parte inferior) y se despega perfectamente el tejido -según las dimensiones del implante- para después colocar el material de relleno en el sitio correcto.

En tanto que la técnica ideal para el implante en los glúteos es hacer una incisión vertical, de unos 5 ó 6 cm, en la línea media (a la altura del hueso sacro, situado en la extremidad de la columna vertebral), o bien, en lo que se denomina «alas de gaviota» (una especie de «V»), en la parte superior del glúteo, despegando ambos lados para colocar el implante abajo del músculo glúteo mayor.

La incisión debe hacerse con sumo cuidado, ya que en esa zona se encuentra el nervio principal que le da movilidad a la pierna y a la mitad del glúteo. Obviamente el implante se coloca en la parte superior del glúteo (no debajo); hay quienes lo sitúan en el plano subcutáneo, donde es posible hacer la bolsa más grande, pero la desventaja es que se puede mover.

Es muy importante que el procedimiento se lleve a cabo en un quirófano y lo efectúe un cirujano plástico, de preferencia con anestesia general, suministrada y controlada por un anestesiólogo que emplee equipo especializado. El tiempo de hospitalización es corto, pues la paciente sale el mismo día, en cuanto se recupera del proceso anestésico.

Cuidados postoperatorios

Después de haber sido colocado el implante -en busto o glúteos-, la paciente no deberá hacer movimientos bruscos (como manejar, levantar objetos pesados, etcétera), además de usar faja o sostén especial -según sea el caso- para mantener los implantes en su lugar.

Durante la segunda semana ya se puede manejar, caminar, ir a trabajar y desarrollar casi todas las demás actividades en forma normal. En este periodo el médico prescribe masajes para evitar la **contractura capsular** (que el implante se endurezca, lo cual provoca que se vea redondeado, y por tanto antinatural).

Posteriormente debe acudir al médico al mes, a los dos meses, a los seis meses y cada año para continuar la vigilancia.

Ventajas y desventajas

- Los implantes se han asociado con la presencia de cáncer, sin embargo «está comprobado que no lo provoca. En E. U. se cree, aunque no se ha comprobado, que estos materiales pueden originar enfermedades de tipo inmune o de la colágena en mujeres jóvenes de entre 25 y 35 años, así como fiebre reumática y problemas articulares, supuestamente a causa de la sustancia que llega a salirse del implante», menciona nuestro entrevistado.

- La cirugía no es dolorosa porque la piel se despega de manera amplia y por tanto la molestia es mínima. No obstante, se experimenta dolor cuando se introduce el implante debajo del músculo pectoral; los médicos prefieren colocarlo ahí debido a que el músculo pectoral le da masaje al implante y con ello disminuye la posibilidad de que se desarrolle una contractura capsular.

- Si el implante se sitúa debajo de la glándula mamaria, la molestia es mínima. Este procedimiento se realiza cuando la paciente ya ha procreado hijos y tiene el busto caído en grado mínimo (si se colocara debajo del músculo se vería caído el busto y el implante arriba).

- En caso de que los senos estén muy caídos se realiza una **maxtopexia** para elevarlos y colocar el implante (artosis grado 2 ó 3).

- La única forma en que el implante se puede romper es a consecuencia de un impacto de frente muy fuerte (como un accidente automovilístico) o por una herida con algo cortante. El hecho de dormir boca abajo o hacer ejercicio no afecta en absoluto el material de relleno.

- Un implante dura alrededor de 15 años, pero se debe vigilar periódicamente para evitar que se rompa o que provoque deformidad en la mama. En cierta forma, las mujeres con implantes se convierten en pacientes de por vida, ya que después de cierto tiempo -a causa del desgaste- el implante deberá cambiarse antes de que se rompa, para evitar algunos problemas, como tener que lavar la cavidad antes de introducir el nuevo artefacto.

- En un 30 por ciento de los casos se presenta **contractura capsular**: en ese caso el médico efectuará una capsulotomía externa (se aprieta la bolsita para que se suavice) para que no aparezcan hematomas, eromas o infecciones. Si a pesar de esto se vuelve a endurecer es necesario intervenir nuevamente a la paciente para recolocar el implante en un plazo de uno o dos años.

- La ventaja de hacer la incisión en el pezón es que la cicatriz no se nota por la distinta coloración de la piel que existe en dicha zona. Sin embargo, «la cicatriz se queda en el cuerpo, por ello es importante que quien realice la cirugía sea un experto para que aquella sea lo menos visible», señala el cirujano plástico Alejandre Suárez.

- Con los implantes en los glúteos casi se logra obtener el perfil que la paciente desea, pero a veces se percibe una doble protuberancia; la ventaja es que con la ropa se disimula.

- El mayor problema de los implantes es su precio y el costo de la cirugía para colocarlos: implantes (entre $ 7,000 y 7,500 en promedio) + hospitalización (de $3,000 a $ 4,000 en promedio) + honorarios del cirujano (de $ 5,000 a $ 12,000 en promedio). Dependiendo del hospital y los honorarios, el costo puede fluctuar entre $ 15,000 y $ 25,000*.

Amiga lectora, la principal recomendación que debe tomar en cuenta si ha decidido someterse a una cirugía de este tipo es verificar que el cirujano que la atenderá esté plenamente capacitado y certificado ante la Asociación Mexicana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva. ¡No ponga en riesgo su integridad física ni su dinero!

Leticia Muñoz

Fuente: Entrevista al doctor José Antonio Alejandre, miembro de la Asociación Mexicana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva.

(*) Precios investigados en la segunda quincena de mayo.

Cuidado con los plaguicidas domésticos

Cuando en casa aparece algún tipo de plaga es frecuente echar mano de los llamados plaguicidas químicos. Pero, ¿cada cuándo los emplea?, ¿conoce su formulación?, ¿cuáles son los productos que están permitidos en nuestro país?, ¿qué daños pueden provocar?, y ¿qué costo tienen?

La **Revista del Consumidor** le sugiere leer la siguiente información a fin de que pueda elegir la mejor opción, es decir, aquella que no dañe la salud ni el ambiente.

Qué es y para qué sirve

«La industrialización, los intereses económicos y la necesidad de controlar químicamente las plagas que afectan a la agricultura y a la salud pública han influido notablemente durante las últimas décadas en el empleo de plaguicidas a gran escala. Además se ha comenzado a prestar mayor atención al uso generalizado de insecticidas y otros plaguicidas en los hogares y edificios», señala la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Se ha definido como plaguicida a la sustancia, o mezcla de ellas, destinada a prevenir, destruir o controlar plagas, incluyendo los vectores de enfermedad humana y animal.

Los plaguicidas pueden ser de diferente clase, según su función. Así, hay **insecticidas** (para controlar insectos), **herbicidas** (para controlar maleza), **alguicidas** (para controlar algas), **fungicidas** (para controlar los hongos), y otros como **fumigantes, nematicidas** y **rodenticidas.**

Cabe señalar que algunos de estos productos son deliberadamente tóxicos, es decir, están hechos para interferir con algún sistema biológico en particular, y pueden causar daño al ambiente y a la salud humana.

«La mayoría de los plaguicidas son de origen químico sintético y, para su venta comercial, combinan un 'ingrediente activo', que está elaborado para combatir determinados tipos de plagas con uno o varios ingredientes 'inertes' que diluyen el producto tóxico o constituyen su excipiente», agrega la OMS.

No obstante que los plaguicidas son cada vez más costosos, su efectividad tiende a menguarse dada la resistencia a los productos químicos que adquieren los insectos, las plantas y diversos organismos. Pero esto ha originado una nueva tendencia: existe un grave peligro de que algunos plaguicidas se empleen con mayor frecuencia a fin de compensar su ineficacia.

Por otra parte conviene señalar que las principales aplicaciones de los plaguicidas son para uso agrícola, pecuario y en la salud pública, así como para emplearse en medios de transporte y áreas de uso público.

En el hogar, el transporte y la oficina

En estos ámbitos, las plagas más graves son las cucarachas y las moscas. Las cucarachas son transmisoras de agentes patógenos para el hombre y otros vertebrados. La mosca doméstica recoge y porta muchos microbios (virus, bacterias, protozoarios, huevos y quistes de helmintos), asimismo es agente im-

portante en la transmisión de disentería, enfermedades diarreicas, tifoidea, intoxicaciones alimentarias, helmintiasis, etcétera. Además ha sido señalada como transmisora de la poliomielitis y de algunas enfermedades de la piel y de los ojos.

Otras plagas que se combaten son el ácaro, la hormiga, la polilla, la chinche, la pulga, la araña, los mosquitos, insectos o plagas de las plantas, y las ratas. Estas últimas pueden llegar a contagiar la rabia.

Exposición doméstica

A fin de ejemplificar los **riesgos que genera el uso frecuente e inadecuado de los insecticidas en el hogar** haremos referencia al documento intitulado *Plaguicidas y salud en las Américas*, elaborado por la Organización Panamericana de la Salud, en el que se señala que varios estudios han demostrado que en el 90 por ciento de los hogares de los E. U. se utilizan plaguicidas. De éstos, el 83 por ciento se emplea dentro de la casa, el 21 por ciento en el jardín y el 28 por ciento en el césped. De los 14 plaguicidas más usados, 12 son insecticidas.

Otros productos de uso doméstico son los herbicidas, que aunque no se usan en el interior de la casa, sino para cuidar el jardín, pueden entrar a las habitaciones por medio del aire o en partículas de tierra.

De esta forma, la exposición puede generarse por diversas vías, como el aire, el agua potable, los alimentos y la absorción cutánea. El polvo de la casa y los contaminantes que lleva consigo pueden contribuir de manera significativa a la exposición por inhalación e ingestión, especialmente en niños pequeños.

El documento antes mencionado además señala que «en México se han realizado varios estudios sobre la **presencia de residuos de plaguicidas organoclorados en la leche humana**. En todos ellos, incluso en los más recientes, se detectó DDT y DDE en un 100 por ciento de las muestras, mientras que la frecuencia de BHC osciló del 90 al 100 por ciento. Además se detectó, aunque con menor frecuencia, DDD, dieldrín, epóxido de heptacloro y hexaclorobenceno».

Otro dato preocupante que se señala en el estudio de la OMS es que nuestro país ocupaba el segundo lugar en cuanto a niveles de DDT en la zona algodonera de La Laguna, precedido únicamente por la India.

De acuerdo con la Red Internacional de Acción sobre Plaguicidas (*Pesticide Action Network International*), coalición de grupos ciudadanos que incluye a miembros de más de 70 países que trabajan para evitar el mal uso de los plaguicidas y promover el control sustentable de plagas, **en México están prohibidos todos los usos del heptacloro, DBCP, aldrín** y **endrín** por riesgos a la salud o ambientales. Asimismo se encuentran **severamente restringidos el DDT** y el **HCH** en la mayoría de sus aplicaciones, aunque se autorizan algunos usos específicos.

Control alternativo de plagas

Debido al empleo masivo, indiscriminado y muchas veces insensato de los plaguicidas, se ha hecho necesario que se expidan normas nacionales e internacionales sobre el uso y manejo seguro de dichas sustancias.

No obstante, para vivir en armonía con la naturaleza podemos llevar a cabo el siguiente control, menos dañino al ambiente e igual de efectivo.

Acciones preventivas: en el interior de la casa mantenga orden y limpieza, lo que ahuyentará y prevendrá la aparición de plagas molestas y comunes como moscas, mosquitos, arañas, alacranes, cucarachas, roedores, hormigas, etcétera. Asimismo mantenga la basura en botes con tapa, en lugares apropiados, seguros y ventilados, y coloque mosquiteros y protectores de puertas para impedir el acceso de insectos y animales rastreros.

Para exteriores, además de la limpieza y el mantenimiento regular, en el patio y el jardín cultive, al lado de las plantas predilectas, epazote, ruda, hierbabuena y epazote, las cuales funcionan como repelente para las plagas problema. También puede espolvorear cal o ceniza de madera en el suelo y las macetas, o bien, coloque troncos de árboles que le ayudarán a evitar los ataques de hormigas, piojos y pulgones, entre otros. De igual manera es conveniente aplicar atomizaciones de té de mastuerzo, ajo y cebolla con algo de jabón neutro -no detergente- para hacer huir a pulgones, mosquitos, mayates, etcétera.

Combate de plagas con métodos naturales

En interiores

- Ventile oportunamente la

casa para propiciar la salida de moscas y mosquitos.

- Use trapos, cintas engomadas o algún objeto apropiado para eliminar los insectos voladores, rastreros o ratas que ocasionalmente se hayan colado al interior de la casa.

- Para repeler la presencia de moscas y mosquitos se puede utilizar una solución preparada a base de tabaco (emplee las colillas o restos de cigarros), dejándola reposar hasta que ésta adquiera un tono café, para después utilizarla como insecticida.

En exteriores

-Primero identifique a los insectos benéficos como abejas, catarinas y otros polinizadores, para no combatirlos por error.

- Si los insectos son pocos, elimínelos con un trapo húmedo.

- El uso de catarinas -pueden traerse del campo- es efectivo para controlar a los pulgones.

- Con un atomizador o bomba aplique cada tercer día, a las plantas infectadas, alguna infusión preparada con tabaco, ajo, mastuerzo, epazote o cempasúchil.

- Elimine las hojas o plantas atacadas para evitar su propagación.

- Para combatir plagas del suelo (como nemátodos, diabrótica, gusano alfilerillo o gallina ciega) ponga a remojar cempasúchil, afloje la tierra y rocíe el líquido dejándolo reposar durante varias horas. Cuando se tenga tierra en macetas o tramos pequeños de jardín, se recomienda verter agua hirviente, ya que la plaga no la soporta. Después revuelva tabaco picado con cascarón de huevo y aplíquelo sobre la zona problema.

- Para deshacerse de insectos masticadores (larvas, gusanos, etcétera) haga una trampa de azúcar, la cual consiste en hervir un kilo de azúcar, 1/2 litro de cerveza, 1/2 kilo de melaza y un chorrito de ron, hasta que espese. Unte la mezcla en pedazos de madera o cartón y póngalos en diferentes lugares para que los insectos se peguen, retirando las trampas con los gusanos adheridos.

- Para exterminar huevecillos de insectos, que generalmente se localizan en el revés de la hoja, revuelva una cucharadita de sal por cada dos litros de agua y rocíela para que se deshidraten.

Amigo lector, si a pesar de la información proporcionada usted decide emplear plaguicidas químicos, no adquiera productos que contengan sustancias no autorizadas y observe que porten la leyenda «No daña la capa de ozono»; asimismo, siga al pie de la letra las instrucciones de uso y aplicación, así como de desecho del envase. ¡Cuide su salud y su presupuesto!

Leticia Muñoz

Fuentes: -Organización Mundial de la Salud.
-Estadística del Medio Ambiente, INEGI, México, 1994.
-Tecnología doméstica, PROFECO, 1995.

Lo que hay en el mercado

Para que usted se dé una idea de la variedad y costo promedio (*) de los plaguicidas domésticos que se comercializan en el mercado, la **Revista del Consumidor** encontró lo siguiente:

- **Raid** casa y jardín, *spray*, contra mosquitos, moscas, avispas e insectos rastreros o plagas de las plantas. La presentación de 239 ml tiene un costo de $ 20.37; la de 428 ml cuesta $ 27.67.
- **Raid** mata bichos, *spray*, contra moscas, mosquitos e insectos rastreros; su presentación de 256 ml tiene un precio de $ 19.31; la de 429 ml se vende a $ 25.25.
- **Raid Max**, *spray*, contra cucarachas e insectos. 440 ml: $ 34.06.
- **Raid** eléctrico, repelente de mosquitos: $ 28.79. Las 24 tabletas de repuesto tienen un precio de $ 21.28.
- **45 noches**, repelente eléctrico de mosquitos: $ 58.45; repuesto $ 30.80.
- **Raid 8** camadas, sistema de camadas contra cucarachas: $ 39.20.
- **Raidolitos**, 16 espirales contra mosquitos: $ 7.69.
- **Black Flag**, 310 mg, para uso en casa y jardín: $ 21.25.
- **Baygon**, 960 ml, contra cucarachas y otros insectos, líquido, $ 31.20. Para su aplicación se requiere bomba adicional, misma que tiene un costo promedio de $ 31.20.
- **OKO** de efecto rápido, contra ácaro, hormiga, chinches, arañas, etcétera; la presentación de 430 ml cuesta $ 18.20.
- **H-24**, contra insectos rastreros en presentación de 435 ml: $ 24.90.
- **Hormiguicida Baygon**, contra hormigas, presentación de 100 g: $ 11.15.
- **Racumin**, polvo raticida, presentación de 100 g: $ 8.65.
- **Rat Kill**, atrapa ratas, dos charolas: $ 33.20.
- Bloc parafinado **Rat Kill**, 4 piezas, rodenticida: $ 9.95.
- Pasta rodenticida **Rat Kill**, presentación de 30 g: $ 10.35.
- Placa insecticida contra mosquitos, 30 piezas: $ 19.90.

(*) Precios monitoreados durante la segunda quincena del mes de junio.

Sólo para conocedores

¿Qué tan buen lector es?

Atrévase a resolver este cuestionario y descubra qué tan buen lector es:

1) Para interponer demandas contra malos prestadores de servicios turísticos debe acudir a la:
a) Secretaría de Turismo
b) Secretaría de Comunicaciones y Transportes
c) PROFECO

2) Con el propósito de asegurar que los cilindros de gas se entreguen con el contenido exacto se dispuso que portarán un sello de garantía que debe estar ubicado...
a) En la válvula del cilindro
b) En el cuerpo del tanque
c) En la llave del tanque

3) ¿Qué es la psicoprofilaxis?
a) Un parto sin dolor
b) Una preparación teórico-práctica para que la futura madre sepa cómo actuar y qué hacer durante el trabajo de parto
c) Anestesia general para evitar el dolor

4) El aporte nutricional de los cereales industrializados está dado principalmente por:
a) Vitaminas y minerales
b) Proteínas
c) Hidratos de carbono

5) En el estudio de calidad de cereales para el desayuno elaborado por PROFECO se detectó que en fibra dietética había tres marcas de cereales que presentaban un valor menor al declarado en su etiqueta, ¿cuáles fueron?
a) Maizoro, Gold y Fibra Max
b) Gold Nestlé, Bran Flakes Kellogg's y Choco Maizoro
c) Fibra Uno Maizoro, Cheerios Nestlé y Raisin Bran Kellogg's

6) ¿Cuáles son las marcas de cereales que sí pasaron todas las pruebas de calidad?
a) Fibra Uno Maizoro, Bran Flakes Kellogg's y Choco Krispis Kellogg's
b) Froot Loops Kellogg's, Corn Flakes Nestlé, All Bran Kellogg's, Trix Nestlé, Cini Minis Nestlé y Gold Nestlé
c) Choco Maizoro, Rock'n Rice Kellogg's y Azucaradas Maizoro

7) Hablando sin «rollos», ¿cuáles fueron los papeles sanitarios que no pasaron la prueba?
a) Tisur y Tersy
b) Lypps y Vogue
c) Regio el pachoncito y Chelsea

8) Son productos que erróneamente se cree que sólo aportan energía pese a contener cierta cantidad de proteínas, fibra cruda, sales minerales, algunas vitaminas y agua, ¿a cuáles nos referimos?
a) Cereales industrializados
b) Harinas
c) Atoles, tortillas y pasteles

9) En harinas de maíz, trigo integral y arroz, cuáles fueron las de mejor calidad dentro de su clasificación:
a) Tres Estrellas y Hamasa
b) Marca Libre Aurrera y Minsa
c) Mexiquense y Maseca

10) Entre los múltiples deportes existentes, ¿cuál mejora la función cardiovascular, proporciona flexibilidad y fuerza, y permite ejercitar todos los músculos del cuerpo?
a) Natación
b) Atletismo
c) Aeróbicos

11) Los buenos instructores de una escuela de natación deben contar con la certificación de:
a) La UNAM y el Politécnico
b) Alberca Olímpica y Promoción Deportiva Local
c) Asociación Mundial de Entrenadores, Federación Mexicana de Natación y NCAA

12) La liposucción es:
a) Un método de reducción o control de peso
b) Una operación que quita la grasa
c) Una técnica para mejorar el contorno corporal

13) ¿Para quiénes es recomendable la liposucción?
a) Para todas las personas con obesidad
b) Sólo para mujeres
c) Hombres y mujeres que no tengan un sobrepeso considerable

14) ¿Cuáles son las mejores marcas de televisores a color de entre 14 y 29 pulgadas?
a) Philips, RCA, Sony y Mitsubishi
b) Packard Bell, Elektra y Daewoo
c) Sanyo, Hitachi y JVC

15) En minicomponentes, ¿quiénes no pasaron la prueba?
a) Sharp, Aiwa y Pioneer
b) Samsung, Sony y Hitachi
c) Teac, Goldstar y Sanyo

16) ¿Quiénes sí pasaron la prueba con más de 90 puntos de calidad?
a) Pioneer, Sony y Aiwa
b) Hitachi, Akawa y Elektra
c) Daewoo, Philips y Toshiba

17) El tradicional mole tiene un origen:
a) Mestizo
b) Prehispánico
c) Español

18) El delicioso mole es un alimento que nos proporciona grandes cantidades de:
a) Grasa
b) Energía
c) Proteínas

19) Es un producto que delata nuestros hábitos de consumo, está en todas partes, su presencia forma parte del entorno y su crecimiento se extiende día a día en forma alarmante:
a) Basura
b) Cigarros
c) Energía eléctrica

20) En nuestro país se generan diariamente 83 mil 400 toneladas de basura, de las cuales 11 mil 400 son producidas en una sola entidad, ¿cuál es?
a) Guadalajara
b) Monterrey
c) Distrito Federal

21) ¿Cuáles de los siguientes productos son los principales residuos recolectados en la basura?
a) Vidrio y aluminio
b) Papel y cartón
c) Llantas usadas y latas

22) Para garantizar el uso adecuado de los lubricantes automotrices, según el tipo de motor, se ha establecido una clasificación, ¿cuál corresponde a los vehículos modelos 1988 y anteriores?
a) SH
b) CD
c) SF

23) Las clasificaciones SA, SB, SC y SE, ¿a qué modelos corresponden?
a) 1988 y anteriores
b) Vehículos último modelo
c) Son obsoletas

Sume y califíquese

Por cada acierto anótese 2 puntos:
- Si obtuvo de 14 a 20 tal vez no ha leído la **Revista del Consumidor**, sea un consumidor consumado y adquiérala.
- De 22 a 36 puntos, posiblemente es usted un lector irregular, pues aunque ha leído la revista todavía le falta un poco para considerarse uno de nuestros lectores más asiduos. Siga leyéndonos y no olvide que la **Revista del Consumidor** es una publicación mensual en la que usted encontrará estudios de calidad sobre distintos productos y servicios, reportajes acerca de salud, alimentación y nutrición, ecología, fenómenos de consumo actuales y mucho más.
- De 38 a 46, ¡felicidades, es usted un buen lector!, siga adelante para convertirse en un mejor consumidor.

Éstas son las respuestas

1) c 6) b 11) c 16) a 21) b
2) a 7) a 12) c 17) a 22) c
3) b 8) b 13) c 18) b 23) c
4) c 9) b 14) a 19) a
5) c 10) a 15) c 20) c

En gas

Nuevos compromisos en favor del consumidor

Como resultado de la suscripción del documento denominado **Compromiso para el Acuerdo de Concertación para la Modernización, Productividad y Seguridad de la Distribución de Gas L. P.**, firmado el 13 de junio pasado por la Secretaría de Energía, la Procuraduría Federal del Consumidor, Pemex y Gas Petroquímica Básica y las Asociaciones y la Cámara Regional de Distribuidores de Gas L. P., atestiguado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se establecieron los siguientes compromisos, cuyos resultados se traducirán en beneficios concretos para el consumidor:

- A partir del **16 de julio de 1996** y hasta nuevo aviso, los precios del gas **L. P.** para uso doméstico serán los siguientes:

Presentación	*Contenido*	*Regiones con I. V. A. 10% (zonas fronterizas)*	*Regiones con I. V. A. 15% (resto del país)*
Kg	1 kg	2.04	2.13
Litro	1 litro	1.10	1.15
Cilindro	20 kg	40.80	42.60
Cilindro	30 kg	61.20	63.90
Cilindro	45 kg	91.80	95.85

Al final de dicho periodo se emitirán nuevos compromisos.

Los precios serán difundidos por PROFECO a la población consumidora como precios «acordados» y su comportamiento deberá ser vigilado por esta Procuraduría para entregar un informe semanal a la Secretaría de Energía, a Pemex y a las Asociaciones firmantes.

PROFECO alerta

Además de la estricta vigilancia que PROFECO realizará en cada entidad del país para el cabal cumplimiento del citado acuerdo, continuaremos trabajando con el propósito de fomentar y negociar compromisos y fechas concretas por parte de los distribuidores en cada localidad, a fin de que se instalen **sellos de garantía en cilindros portátiles**, tal como se hace en el Distrito Federal y su zona metropolitana.

Asimismo se continuará la verificación y, en su caso, se emitirán las medidas precautorias y sanciones que correspondan si se detectan faltantes de gas en los cilindros. De igual forma se verificará el comportamiento de las obligaciones que, adicionalmente a las anteriores, corresponden a los distribuidores de gas, como las de indicar con rótulos legibles en las unidades de transporte y distribución la **razón social** o **denominación de la empresa**, **domicilio** y **teléfono**, así como el precio de venta, la obligatoriedad de **expedir factura** o **recibo**, y otras responsabilidades derivadas de las leyes **Federal de Protección al Consumidor** y **Federal sobre Metrología y Normalización**.

Finalmente, también se supervisarán los mecanismos de cada empresa con relación al cumplimiento de la obligación de reponer los recipientes portátiles (FOREP).

Amigo consumidor, la ley es suya ¡hágala valer!

La creatividad en tus manos

Ahora que te encuentras de vacaciones puedes aprovechar tu tiempo libre elaborando algunas manualidades para halagar a un amigo, decorar tu casa o presentar un espectáculo familiar con personajes «salidos» de tu imaginación. Los trabajos manuales son aquellos que se ejecutan con las manos, se pueden hacer en casa y son fáciles de crear. A continuación te decimos cómo hacer una tarjeta mágica, un vitral, un mosaico y unos títeres con globo.

Tarjeta mágica

Con esta tarjeta envíale un recadito a tu amigo preferido o felicita a quien cumple años. Seguramente les dará doble gusto: porque te acuerdas de ellos y porque fue hecho con tus propias manos.

Materiales

-1/8 de pliego de cartulina blanca
-Crayones de colores
-1 frasco de tinta china negra
-1 pincel delgado
-Talco
-1 palito de paleta con punta (como la de un lápiz)

Pasos a seguir:

* Colorea la cartulina con los crayones. Debes marcar muy bien los colores (evita utilizar el blanco y el negro). No debe quedar ningún espacio sin colorear.
* Aplica un poco de talco en la cartulina; una vez que hayas terminado de colorear, sacúdela para retirar el exceso.

* Moja el pincel en la tinta china y pinta toda la cartulina.
* Espera a que seque la tinta.
* Utiliza el palito con punta y raspa sobre la cartulina, dibujando un paisaje, una figura o un mensaje. Verás que poco a poco aparecerán los colores.
* Sacude los restos de tinta que raspaste y ¡listo!

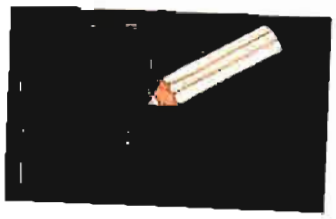
Tips
En lugar de talco puedes usar maicena, y en vez de tinta china utiliza crayón negro o azul oscuro.

Vitral

Para darle colorido a una habitación, sin perder luminosidad, decora las ventanas.

Materiales

-1/4 de pliego de cartulina negra
-1 lápiz de color blanco o de cualquier otro color claro



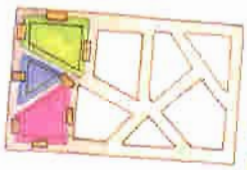
-Trozos de papel celofán de colores
-Tijeras
-Cinta adhesiva

Pasos a seguir:

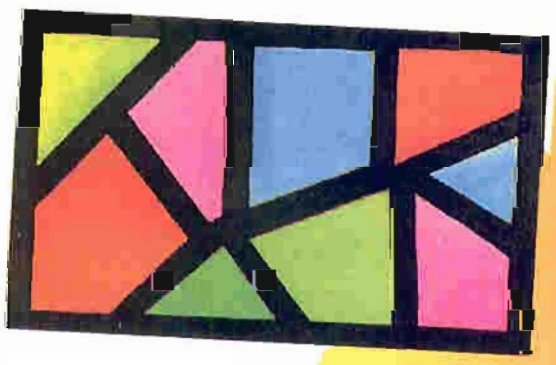
* Con el lápiz blanco traza un dibujo o figura de tu agrado.
* Recorta por dentro de las figuras que desees.

* Coloca por la parte de atrás de la cartulina un trozo de papel celofán y fíjalo bien con la cinta adhesiva.
* Con el papel celofán de tu preferencia decora todas las figuras que hayas elegido.

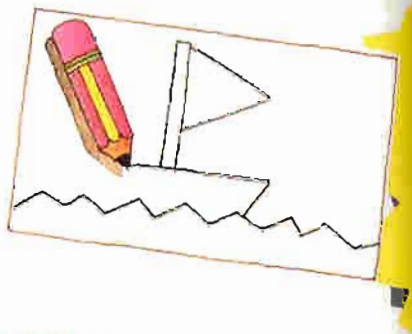
Tips



- Si quieres hacer más atractivo tu vitral, remarca los contornos de las figuras con lápices de colores. Te quedará más bonito si los colores son claros.
- Pega tu vitral en una ventana para que veas mejor las figuras translúcidas, o bien, cuélgalo como un cuadro haciéndole dos orificios en la parte superior.



Mosaico

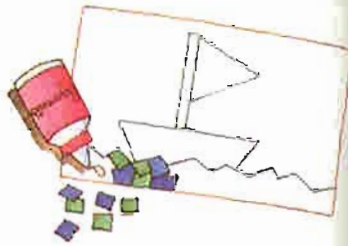


¿Te gustaría tener en tu recámara un atractivo cuadro parecido a un mosaico? Pues manos a la obra...

Materiales

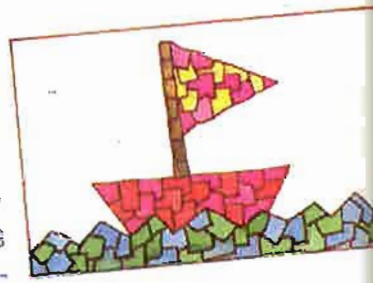
-1/4 de pliego de cartulina
-1 lápiz
-Cuadritos de papel lustre de diferentes colores
-Pegamento blanco
-Tijeras

Pasos a seguir:



* Dibuja en la cartulina un paisaje o figura de tu agrado.
* Recorta cuadritos de papel lustre de un centímetro aproximadamente.
* Aplica pegamento blanco en la figura que vas a decorar.
* Acomoda los cuadritos de papel lustre en la figura. Puedes hacer algunos cortes en ciertos cuadritos si tu figura tiene partes redondeadas: lo bonito de un mosaico es cubrir las superficies con cuadritos que se muevan y se vean curveados.
* Continúa tu mosaico de acuerdo con los colores que tu elijas. Hazlo poco a poco para que no se seque el pegamento antes de que acabes.

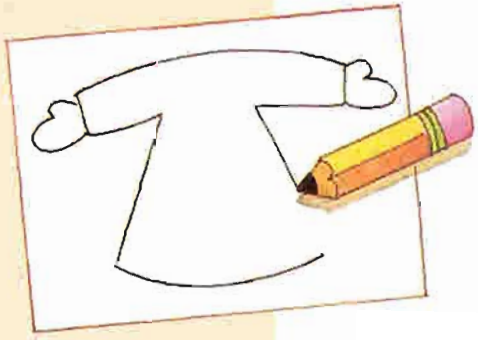
Tips



- En lugar de papel lustre puedes utilizar recortes de revistas de colores llamativos o los sobrantes de papel de tus trabajos y tareas de la escuela.
- Prueba a hacer un cuadro en cartulina oscura o de colores, también se verá muy atractivo.

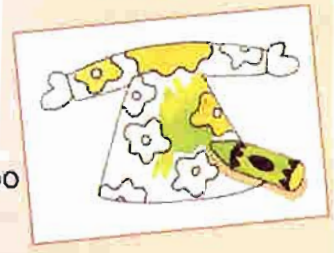
Títeres con globo

Los títeres siempre han sido excelentes compañeros de juego y entretenimiento; reúne a tus amigos y anímalos a hacer una obra teatral.



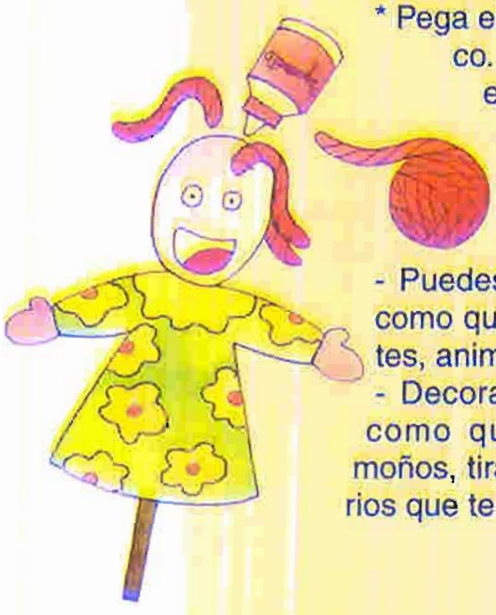
Materiales

-Cartulina blanca
-Lápices o plumines de colores
-Globos del núm. 4 ó 5
-Varas de madera de 30 cm
-Cinta adhesiva
-Sobrantes de estambre
-Pegamento blanco
-Hojas blancas
-Tijeras



Pasos a seguir:

* Dibuja en la cartulina blanca el cuerpo del títere que desees hacer.
* Ilumina el cuerpo y recórtalo.
* Infla el globo y anúdalo. Con cinta adhesiva fija el globo inflado a la punta de una vara de madera. Inmediatamente abajo pega el cuerpo del títere con trocitos de cinta adhesiva.
* Decora el globo, que es la cabeza de tu personaje. En la hoja blanca dibuja los ojos, la boca, y otros elementos que quieras. Recórtalos y pégalos con el pegamento blanco al globo.
* Recorta pedacitos de estambre para formar el pelo de tu títere. Si es una niña puedes hacerle «colitas» y fleco; si se trata de un niño, hazle «copete».
* Pega el estambre al globo con pegamento blanco. Procura pegarlo en posición inclinada y espera a que se seque perfectamente para que no se caiga el «pelo» de tu personaje.



Tips

- Puedes hacer tantos personajes como quieras: niños, niñas, juguetes, animales, etcétera.
- Decora el globo y el cuerpo como quieras: con botones, moños, tirantes y demás accesorios que te gusten.

¡Mucho ojo!

¿Quieres conocer nuevas historias recorriendo el mundo de la fantasía? Pues te invitamos a ponerle «mucho ojo» a la reseña de los siguientes libros que seguramente después desearás adquirir para gozarlos una y otra vez.

El niño que buscaba a ayer

Cristóbal despertó, al día siguiente de haber asistido al circo, con la enorme necesidad de volver a gozar de la magia del mundo circense, pero como esto era prácticamente imposible, ya que la caravana de trapecistas, bailarines, payasos y animales se había ido, decidió emprender la aventura de buscar el ayer.

Primero preguntó al Río Lempa, que corre desde Guatemala hasta Honduras, luego a un cedro muy alto y a un camino, al zenzontle, a la abeja y a la flor que la lluvia acababa de abrir, y finalmente a la tortuga y a la mosca; esta última le hizo reflexionar sobre su inútil afán de recobrar el tiempo vivido.

Fuente: Claribel Alegría, El niño que buscaba a ayer, DGP-CNCA/ Cideli, Col. Encuentro, México, 1995.

Sueños de una niña enamorada

La niña enamorada volaba sin lentes y con las trenzas desatadas haciendo que su cabello ondeara como un papalote. Cuando miraba hacia abajo, los árboles, las vacas y los caballos le parecían de juguete, por lo pequeñitos. Siguió su recorrido hasta encontrar a Luciano, a quien invitó a volar hasta que el cansancio los hizo sentarse en el tronco de un árbol.

Tal parecía que ya había culminado la aventura, cuando de pronto apareció un enorme pajarraco con cola de plumero y ojos colorados llevándose a Luciano. Entonces la niña se levantó de un salto y volando le dio un fuerte jalón a las plumas de la cola del animal, que tuvo que soltar a su presa.

Luciano comenzó a caer, a caer, a caer, y la niña enamorada cerró los ojos para no ver cómo se lastimaba. Cuando los abrió, vio que estaba en uno de los colores del arcoiris. Al fin cayeron al suelo dándose un gran sentón, el cual despertó a la niña enamorada.

Fuente: Claudia Celis, Sueños de una niña enamorada, Conaculta/Ediciones Corunda, Col. El sueño del dragón, México, 1995.

El porte será pagado por:

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

Administración de Correos núm. 44, C. P. 03001, México, D. F.

Correspondencia con derechos por cobrar.
Solamente servicio nacional.

A grandes males...

- ¿Ignora cuáles son los derechos que la ley le otorga?
- ¿Compra «a ciegas» pues no sabe cómo ni dónde adquirir artículos más baratos?

Grandes remedios:

SUSCRÍBASE A LA REVISTA DEL CONSUMIDOR

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES.

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____ C. P. _____

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____

TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO $ 90.00

SUSCRIPCIÓN NUEVA RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN

FORMA DE PAGO

GIRO POSTAL CHEQUE (EN AMBOS CASOS A NOMBRE DE LA **REVISTA DEL CONSUMIDOR**)

No. _____

ACLARACIONES: PERUGINO NÚM. 18, COLONIA INSURGENTES EXTREMADURA, C. P. 03740, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D. F., TELS: 598-67-81, 611-73-79 Ó 611-75-23.

Suscríbase a la Revista del Consumidor y entérese...

Con sólo $ 90.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

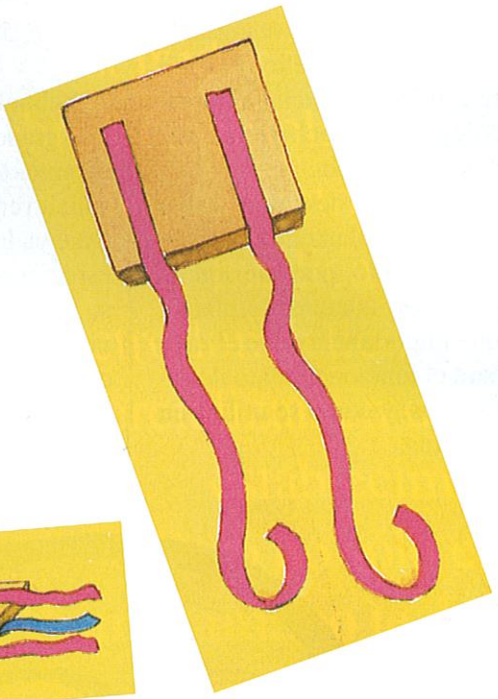
Experimento

Cómo hacer una «escalera de Jacob»

La «escalera de Jacob» es una pieza multicolor que se puede manipular incansablemente desde cualquiera de sus dos extremos. Este divertido juguete se vende principalmente en los mercados de artesanías; es difícil de descifrar, pero nosotros te diremos cómo hacerlo y conocerás su secreto:

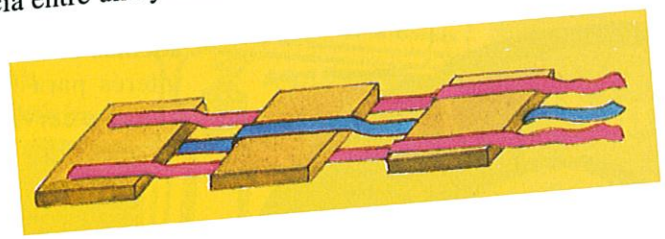
Material

-7 piezas de madera pequeñas y delgadas, de colores, de 6 x 8.5 cm
-Lija
-Listones de colores
-Engrapadora o pegamento resistente



Procedimiento

1. Lija los bloques de madera para que se alisen. Sujeta dos piezas de listón de 72 cm de largo. Engrapa y pega los extremos de la cinta al borde del primer bloque de madera. La distancia entre uno y otro listón es de cuatro centímetros.



2. Pasa la cinta entre los bloques, de manera que quede una vez arriba y una vez abajo de cada bloque, y después engrapa o pega los extremos en el borde del séptimo bloque.
3. Pasa una tercera pieza de cinta de tela, de 54.5 cm, por arriba y por abajo de los bloques, en dirección opuesta. Engrapa o pega los extremos a la orilla interior del primero y del último bloque.
4. Para hacer que la escalera de Jacob funcione, sujeta el segundo bloque y permite que el de arriba caiga y provoque que cada uno de los de abajo caiga también.

Fuente: Laurie Carlson, Cositas para hacer; Edit. Selector, México, 1995.

Alumnos preguntan sobre CD

Revista del Consumidor:

Solicitamos su ayuda para conocer más acerca de los *Compact Disk* (Discos Compactos o CD), ya que pensamos realizar una investigación sobre este tema y de ello depende nuestra calificación como alumnas del Colegio de Bachilleres del estado de Michoacán.

Concretamente deseamos saber de qué metal o elemento está hecho este producto, por qué son de varios colores -además de plateados-, qué importancia tiene el rayo láser para el funcionamiento de estos artefactos, y cómo se utiliza en otros ámbitos.

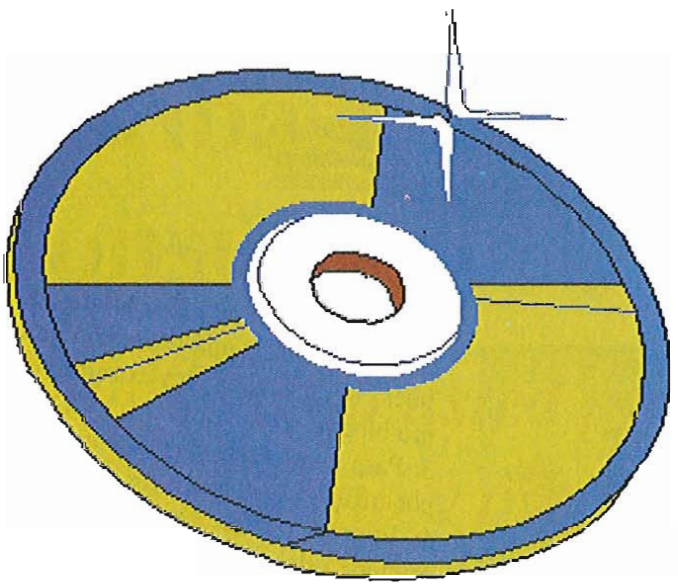
Atentamente
Srita. Adriana García Delgado
Calle 5 de Mayo núm. 38
Pastor Ortíz, Michoacán
C. P. 58540

Señorita García Delgado:

Agradecemos su carta y le comunicamos que la información que nos solicitó en relación con los *Compact Disk* ya le fue enviada por correo y esperamos que le sea de utilidad en su investigación. Los reportajes enviados fueron los siguientes: «Discos Compactos, ¿adiós a los 'LP'?, «CD-ROM: otra novedad informática» y «Un negocio redondo como el disco».

Además le sugerimos establecer comunicación con estas instituciones: CD-ROM de México, Universidad de Colima, Facultad de Ingeniería de la UNAM, Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM, Universidad Autónoma Metropolitana, o Conacyt (en su red de datos Infotec).

Sin más por el momento, le enviamos un afectuoso saludo y la invitamos a que se suscriba a la **Revista del Consumidor**, en la que encontrará artículos sobre avances tecnológicos diversos en la sección «La ciencia y usted», además de muchos otros temas de interés para los cosumidores de bienes y servicios.



La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611-73-79, 611-75-23 y 598-67-81. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista. Se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impresa en los Talleres Gráficos de México.

Los buenos consumidores...

¡consiguen información de Primeramano!

¡Claro que sí! Porque el periódico semanal **Primeramano** es el único medio impreso que proporciona al consumidor información sobre una amplia variedad de productos básicos, medicamentos y electrodomésticos que se comercializan en distintos establecimientos.

Pero no sólo eso, en **Primeramano** te decimos **en dónde se vende más barato.**

Acércate a PROFECO y solicita gratuitamente un ejemplar. Acude a cualquiera de nuestras oficinas o llama al 568-87-22.

También lo puedes conseguir dentro de las páginas de la publicación **Segundamano**.

EL ANTICOMERCIAL DEL MES

¿Desprecio olímpico?

Uno de los mejores legados de la civilización griega es el que nos llega a través de las Olimpiadas, certámenes deportivos en los que se rinde culto al esfuerzo personal que puede llevar al ser humano a su superación en todos los órdenes, tanto en el aspecto físico como en el de la convivencia con sus semejantes; la frase clásica compendió esta enseñanza en pocas pero elocuentes palabras: Mens sana in corpore sano, mente sana en cuerpo sano.

Sin embargo, vemos con asombro que en la publicidad de la **Lotería Nacional** esta cultura del esfuerzo es digna de desprecio, como es evidente en el anuncio televisivo que promueve el Sorteo Olímpico del 19 de julio, en el que aparece un escuálido personaje con anteojos, vestido como atleta, quien menciona a un deportista que debió entrenar toda su vida para ganar una medalla de oro y acto seguido hace un gesto despectivo, menospreciando tal empeño. Vuelve a citar a otra figura deportiva, en este caso una mujer, que "sacrificó su vida sentimental por una medalla", y se burla entre carcajadas de este drama, para finalmente cerrar con otra cita de un ganador olímpico, mofándose una vez más de su esfuerzo y asegurando que, en cambio: «Yo fui por mi cachito de lotería y gané todo el oro del mundo».

Entendemos que el esfuerzo por vender obliga a muchos publicistas a echar mano de diversos recursos para captar la atención del consumidor, pero lo que no podemos explicarnos es si hay alguna comparación posible entre el esfuerzo digno de todo elogio de un buen atleta, cuya máxima aspiración no es acumular oro en un sentido económico, sino victorias deportivas, y el esfuerzo de ir a comprar un billete de lotería para soñar con la posiblidad de hacerse rico de la noche a la mañana.

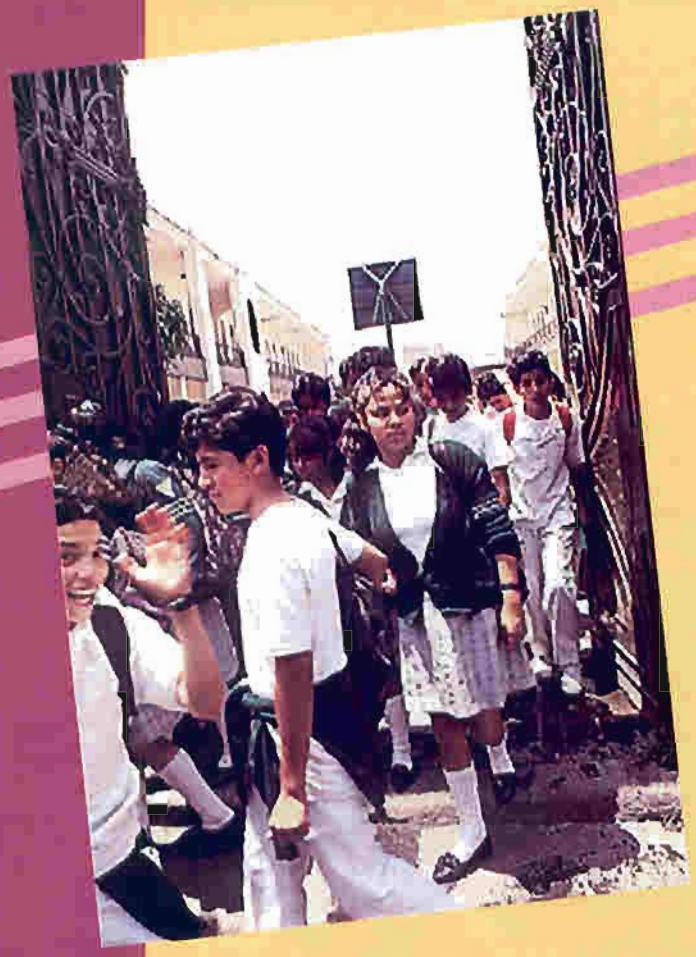
Establecer esta comparación en términos que escarnecen valores universalmente aceptados, y que son la base de un sano espíritu de competencia y entendimiento entre los hombres, mismo que abarca no sólo el deporte, sino las relaciones sociales, comerciales y culturales, y que desde los tiempos helénicos ha sido una forma de convertir los impulsos guerreros en confrontaciones de paz, desvirtúa los esfuerzos de nuestra cultura por formar individuos mejores, conscientes de que sólo el esfuerzo y la perseverancia son capaces de elevar a hombres y mujeres a las mayores cimas de la excelencia, tanto en sus metas individuales como sociales.

Por lo tanto, este comercial viola los siguientes ordenamientos del Código de Ética Publicitaria: el artículo 1°, el cual establece que toda publicidad debe ser veraz, honesta, decente y legal, así como realizada con sentido de responsabilidad social; el 7°, inciso g, en el que se indica que la publicidad no deberá contener afirmaciones o imágenes que con declaraciones, afirmaciones exageradas o ambigüedades, pueda engañar al consumidor respecto a reconocimientos honoríficos o aprobaciones oficiales, adjudicación de medallas, premios y diplomas; y el 11°, que afirma que no debe contener **menosprecio o denigración** de ninguna firma, actividad, producto o profesión, ya sea por **ridiculizarlo o por tratarlo despectivamente**. Igualmente contraviene lo señalado en el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, en el que se indica que la información o publicidad relativa a bienes o servicios deberá ser veraz, comprobable y estar exenta de textos, diálogos, sonidos o imágenes que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud. Por estas razones, en PROFECO llamaremos a los productores de este anuncio con el fin de que se abstengan de incurrir en estas fallas, y en forma paralela se enviará una copia de este informe al Consejo Nacional de Autorregulación de la Publicidad.

0 10722 89342 2 08

Calidad de uniformes escolares

Estudio terminado en mayo de 1996
Precios investigados en la última quincena de junio de 1996



Introducción

Para los padres de familia no siempre es fácil elegir los mejores uniformes escolares, es decir, aquellos que reúnan calidad y buen precio. Además en el mercado existe una amplia variedad de marcas, modelos e insumos, lo cual dificulta aún más su elección. Asimismo, la mayoría de los consumidores desconoce los parámetros de calidad que son fundamentales para realizar una buena elección al adquirir las prendas.

En virtud de lo anterior, el Laboratorio de Pruebas de la Procuraduría Federal del Consumidor llevó a cabo un amplio estudio sobre la calidad y el precio de los uniformes escolares que hoy se comercializan para el próximo ciclo escolar 1996-1997.

¿Qué prendas se analizaron?

El estudio involucró a **suéteres, pantalones, camisas, blusas, chazarillas, faldas, playeras, pantalones cortos**, así como a **uniformes tipo *jumper*, pantalones y chamarras deportivas** *-pants-* utilizados en las **escuelas oficiales** y en las particulares.

¿Cómo se diseñó?

Las pruebas que se aplicaron a los uniformes escolares sirvieron para evaluar los siguientes aspectos: **información al consumidor; acabados; correspondencia de tallas; identificación y contenido de fibras; resistencia en costuras, botones y tela; solidez del color al lavado, al sudor y al frote; resistencia a la formación de borlas y encogimiento; resistencia al reventamiento y resistencia a la abrasión.**

Las inspecciones realiza-

Recomendaciones de compra

Antes de adquirir un uniforme escolar le sugerimos visitar varios establecimientos con el fin de comparar su calidad y precio. Ponga especial atención en verificar las siguientes características:

- Revise que la tela de las prendas no presente agujeros ni manchas y que el color sea uniforme.
- Observe que las costuras sean lo suficientemente fuertes; para comprobarlo aplique una fuerza moderada en las partes unidas por la costura.
- Compruebe que las mangas y las piernas sean simétricas; para verificarlo doble las prendas por la mitad en el sentido más largo y compare las dimensiones.
- Verifique que la talla indicada sea la correcta, sin embargo lo mejor es probar los uniformes a los niños; es preferible que las prendas les queden un poco holgadas con el fin de prevenir el encogimiento de las prendas y/o el crecimiento de los niños.
- Cerciórese de que los cierres y los broches funcionen correctamente. Asimismo, revise que no presenten oxidación.
- En el caso de los botones verifique que estén bien sujetos a la prenda; observe que la costura esté reforzada.
- Por último, compruebe que la ropa presente una etiqueta en la cual incluya las indicaciones de conservación y limpieza, así como los datos del fabricante, pues le serán necesarios en caso de que surjan reclamaciones.

Tipos de fibra y cuidados necesarios

Cuando el consumidor elige las prendas que integran el uniforme escolar espera que sus condiciones sean las adecuadas para su uso inmediato, por lo que no deben tener defectos en su confección ni en la tela, tales como costuras mal hechas, hilos sueltos que al jalarse descosan la prenda, botones a punto de caerse, color disparejo, o cierres en mal estado, entre otras imperfecciones.

Una vez que esté seguro de que la prenda que ha comprado satisface sus necesidades tenga presente el **tipo de fibra** con la cual está fabricada. Para proporcionarle los **cuidados adecuados** enseguida le presentamos un listado de las fibras naturales y sintéticas más comunes, así como las características y cuidados que requieren:

Algodón: las telas elaboradas con esta fibra pueden introducirse a la lavadora sin problemas, secarse con centrifugado o lavarse en seco. Asimismo puede usar blanqueadores con cloro o peróxido, aunque ello a veces debilita las fibras. Por otra parte, la temperatura de la plancha deberá estar en el rango correspondiente a dicha tela.

Lana: es necesario lavarla a mano o en una lavadora cuya acción sea extremadamente suave. Use sólo agua fría y un detergente suave. Nunca frote la lana húmeda. Las prendas de lana recién lavadas deben extenderse sobre una superficie plana, o bien, emplear dos o tres cuerdas de los tendederos para distribuir su peso. La lana también puede lavarse en seco. Plánchese con vapor a temperatura tibia. Cuelgue las prendas donde el aire pueda circular a su alrededor.

Acetato: la prenda puede lavarse a mano en agua tibia, agitándola suavemente. Nunca la remoje, ni la retuerza para exprimirla. Las fibras de acetato se funden a temperaturas altas, por lo que debe tener cuidado de mantener su plancha en la escala adecuada para este tipo de fibras.

Nylon: puede colocarse en la lavadora y secarse en la centrífuga, a baja temperatura.

Poliéster: es conveniente lavarlo en la lavadora y secarlo en la centrífuga; el poliéster también puede lavarse en seco.

Rayón: *la mejor manera de lavarlo* es a mano, suavemente y con agua tibia; para quitar el exceso de agua apriete la ropa con delicadeza, no hay que estrujarlo ni exprimirlo. También se puede meter en la lavadora y secarlo en la centrifuga. Deben usarse únicamente blanqueadores con cloro, sin embargo hay algunas telas de rayón que tienen un acabado resinoso que se decolora cuando se blanquean. El rayón se quemará si la plancha está demasiado caliente.

Fibras mezcladas: algunas telas modernas son el resultado de la mezcla de varias fibras. Una tela mezclada es aquella que se elabora con hilos de una fibra que se combinan durante el tejido de la tela con hilos de otra fibra. Para conservarlas en buen estado lo mejor es lavarlas de acuerdo con las indicaciones de la etiqueta.

das a los uniformes escolares estuvieron basadas en las **Normas Mexicanas de la serie A** de la Industria Textil, en los métodos de prueba del **Manual Técnico de la AATCC** (Asociación Americana de Químicos y Coloristas Textiles) y en las investigaciones del laboratorio para aquellas pruebas y prendas que no tienen una reglamentación.

Los resultados parciales obtenidos por las marcas participantes, así como la evaluación global y su precio promedio de venta en el mercado se presentan en los siguientes recuadros. Recuerde que si usted desea obtener más detalles sobre la realización y **los resultados de esta investigación**, puede visitarnos en nuestras oficinas ubicadas en Insurgentes Sur núm. 1228, 7° piso, colonia Tlacoquemécatl del Valle, en el Distrito Federal, o bien, llámenos al 559-73-77 ext. 242, donde con gusto lo atenderemos.

Los precios que se incluyen en el presente estudio fueron los sugeridos por los fabricantes a los comerciantes durante el periodo en que se efectuaron las pruebas de calidad (temporada previa a la de abastecimiento del mercado).

Si desea conocer los precios vigentes y los mejores lugares de compra usted puede comunicarse al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14 en el D. F., o bien, al 91-800-903-13 sin costo alguno desde cualquier punto del país.

Fuente: Coordinación General de Investigaciones, PROFECO.

Cómo cuidar su ropa

Los consejos que a continuación le presentamos le ayudarán a conservar su ropa durante más tiempo y en mejores condiciones:

- Cuelgue su ropa en cuanto se la quite, esto permitirá que conserve su forma. No use ganchos de alambre, los más adecuados son los de madera contorneados, que le dan a la ropa la forma y el apoyo que necesita.
- De ser posible, antes de meter su ropa en el armario cuélguela cerca de una ventana abierta u otra área en donde circule el aire fresco. La mayoría de los olores se eliminarán con esta sencilla operación.
- Cuando cuelgue la ropa deje espacio entre una y otra para que circule el aire y no se arrugue.
- El closet debe conservarse fresco y seco, pues si está húmedo se producirá moho.
- Cepille su ropa periódicamente para librarla del polvo, pelusa, cabellos y otras partículas nocivas.
- Los suéteres y otras prendas tejidas deberán guardarse en cajones, nunca en ganchos.
- Antes de lavar una prenda, vacíe los bolsillos, cepille y limpie las partes en donde haya tejidos dobles, ponga al revés las mangas de las camisas, levante los cuellos, desabroche las prendas, ate las cintas y cierre las cremalleras.
- No olvide lavar los uniformes de acuerdo con las instrucciones de conservación.
- Recuerde separar siempre las piezas susceptibles a la oxidación o las piezas defectuosas (broches, cierre, etcétera).
- Al lavar sus prendas blancas enjuáguelas correctamente para quitar el exceso de jabón, de esta forma evitará que se pongan amarillas al ser expuestas al sol para su secado o al momento de plancharlas.
- Es conveniente secar las prendas de color siempre a la sombra.
- Las prendas de género de punto exterior ancho -como suéteres y chalecos- deben envolverse en toallas y secarse extendidas sobre una superficie horizontal; para que no se deformen nunca las cuelgue.

Suéteres para escuelas oficiales (abiertos con botones)

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Trofeo	Abierto con botones y bolsas T-10	100	44.00	100% Acrílico	Completa						
Su	Abierto con botones y bolsas T-14	100	58.00	100% Acrílico	Completa						
Su	Abierto con botones y bolsas T-40	97	63.00	100% Acrílico	Completa						
Jesaan	Abierto con botones y bolsas T-12	91	55.00	100% Acrílico	Completa						
Gilbert	Abierto con botones y bolsas T-12	87	58.00	100% Acrílico	Completa						
Mimi	Abierto con botones y bolsas T-12	86	49.50	100% Acrílico	Completa						
Richie	Abierto con botones y bolsas T-12	76	58.00	100% Acrílico	Incompleta						
Pedsa Grupo Roa	Abierto con botones y bolsas T-14	68	60.00	100% Acrílico	Incompleta						

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Excelente Bueno Regular Deficiente

Suéteres para escuelas oficiales (abiertos con cierre)

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Funcionamiento del cierre	Tela: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Trofeo	Abierto con cierre y bolsas T-12	100	49.00	100% Acrílico	Completa						
Jorge	Abierto con cierre y bolsas T-14	93	45.00	100% Acrílico	Completa						
Cassano	Abierto con cierre y bolsas T-14	84	55.00	100% Acrílico	Incompleta						
Uniforge	Abierto con cierre y bolsas T-12	78	58.50	100% Acrílico	Incompleta						
Oskar	Abierto con cierre y bolsas T-14	74	55.30	100% Acrílico	Incompleta						
Kanguro	Abierto con cierre y bolsas T-14	70	48.50	100% Acrílico	Incompleta						

Suéteres para escuelas oficiales (cerrados)

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras	Tela: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Casdina	Cerrado, cuello en "V", T-14	100	55.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Su	Cerrado, cuello en "V", T-36	100	58.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Su	Cerrado, cuello en "V", T-40	100	63.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Cotica	Cerrado, cuello en "V", T-14	93	36.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Victoria	Cerrado, cuello en "V", T-14	89	70.00	100% Acrílico	Completa	☺	😐	☺	☺	☺	☺
Fenix	Cerrado, cuello en "V", T-14	85	58.50	100% Acrílico	Completa	☺	😐	☺	😐	☺	😐
Rubio	Cerrado, cuello en "V", T-14	79	55.00	100% Acrílico	Completa	☺	😐	☺	😐	☺	😐
Modelo	Cerrado, cuello en "V", T-14	70	40.00	100% Acrílico	Incompleta	☺	☹	☺	☹	☺	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Excelente ☺ Bueno 😐 Regular 😐 Deficiente ☹

Pantalones para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Confección: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Isabel	Pata de gallo, cierre plástico, botón en la pretina, tipo boxer, 4 pinzas, T-10	100	39.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Trofeo	Pata de gallo, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-16	100	43.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Minlan	Color azul, cierre plástico, botón y pretina tipo boxer, 4 pinzas, T-18	100	25.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Cotica	Pata de gallo, cierre plástico, botón en la pretina, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa lateral, T-14	95	51.00	100% Poliéster	Completa	☺	😐	😐	☺	☺	☺
Yiylo	Pata de gallo, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-14	94	54.00	100% Poliéster	Completa	☺	😐	😐	☺	☺	☺
Modelo	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-14	85	39.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	😐	😐	☺	☺	😐
Victoria	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-14	84	60.00	100% Poliéster	Incompleta	☺	😐	😐	☺	☺	😐
Carber	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-16	83	42.00	100% Poliéster	Incompleta	😐	😐	😐	☺	☺	😐
Rubio	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-16	80	45.00	100% Poliéster	Incompleta	😐	😐	😐	☺	☺	😐
Zury	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-16	78	42.50	100% Poliéster	Incompleta	☹	😐	😐	☺	☺	😐
Yamil	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-16	76	39.50	100% Poliéster	Incompleta	☹	☹	😐	☺	☺	😐
Farid's	Príncipe de Gales, cierre plástico, broche metálico, bolsas laterales, 4 pinzas, bolsa trasera, T-14	74	40.50	100% Poliéster	Incompleta	😐	☹	😐	☺	☺	😐

Faldas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Confección: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Isabel	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-16	100	28.50	65% Poliéster, 35% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Isabel	Pata de gallo, recta con botón y cierre lateral T-6	100	27.50	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Jorge	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	100	28.50	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Kanguro	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	98	35.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	😐	☺	☺	☺
León	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	96	29.50	100% Poliéster	Completa	☺	😐	☺	☺	☺	☺
Colica	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	92	30.00	100% Poliéster	Completa	😐	😑	☺	☺	☺	☺
Jassan	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	85	38.00	100% Poliéster	Incompleta	😐	😑	☺	☺	☺	😐
Farid's	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	83	27.50	100% Poliéster	Incompleta	😑	😑	☺	☺	☺	😐
Mimi	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-12	82	32.00	100% Poliéster	Incompleta	😑	😑	☺	☺	☺	😐
Lalia	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-12	79	26.50	100% Poliéster	Incompleta	😑	😑	☺	☺	☺	😑
Internacionales	Príncipe de Gales, recta con botón y cierre lateral, T-14	79	79.00	100% Poliéster	Incompleta	😑	☹	☺	☺	☺	😑

* *Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

☺ Excelente ☺ Bueno 😐 Regular ☹ Deficiente

Blusas blancas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Tela: Resistencia a jaloneo y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Minlan	Manga corta, cuello en "V", T-14	100	22.50	65% Poliéster, 35% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Trofeo	Manga corta, cuello en "V", T-14	100	22.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
White Lilly	Manga corta, cuello en "V", T-14	99	30.50	70% Poliéster, 30% Rayón	Completa	☺	🙂	☺	☺	☺
Cisne	Manga corta, cuello en "V", T-14	98	28.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	🙂	☺
Cotica	Manga corta, cuello en "V", T-14	96	22.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	🙂	☺	🙂	☺
Margo	Manga corta, cuello en "V", T-14	93	27.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	☺	🙂	☺
Blangil	Manga corta, cuello en "V", T-14	91	30.00	65% Poliéster, 35% Algodón	Completa	☺	☹	☺	🙂	☺
Reneé Dupré	Manga corta, cuello en "V", T-14	83	26.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	🙂	🙂	🙂	🙂	☺
Richie	Manga corta, cuello en "V", T-14	81	22.50	75% Poliéster, 25% Algodón	Incompleta	🙂	😐	🙂	🙂	☺
Mimi	Manga corta, cuello en "V", T-14	74	27.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	🙂	😐	🙂	🙂	☺
Nataly	Manga corta, cuello en "V", T-14	71	21.50	100% Poliéster	Incompleta	🙂	☹	🙂	🙂	☺

[1] Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 o 211-64-14.

Camisas blancas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Telas: Resistencia a jalones y rasgados	Telas: Durabilidad	Telas: Resistencia al encogimiento
Trofeo	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-8	100	20.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Carber	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	97	19.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Yiyio	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	96	22.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
Cotica	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	94	22.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
Modelo	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	93	21.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
Mimi	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	85	20.00	100% Poliéster	Incompleta	☺	😐	☺	☺	☺
Rubio	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	84	23.50	100% Poliéster	Incompleta	☺	☹	☺	☺	☺
Medalla	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	70	25.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	☹	☺	☺	☺
Casdina	Manga corta, cuello en "V", con bolsa, T-14	61	23.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	☹	😐	☺	☺

Excelente ☺ Bueno ☺ Regular 😐 Deficiente ☹

Chazarillas blancas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Tela: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Jorge	Cuello en "V" en tela Príncipe de Gales, con bolsa, T-14	97	22.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Yiyio	Cuello en "V", con bolsa T-14	95	24.00	65% Poliéster, 35% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Cotica	Cuello en "V", con bolsa, T-14	95	20.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Kanguro	Cuello en "V", con bolsa, T-14	92	25.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
León	Cuello en "V", con bolsa, T-14	87	27.50	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	☹	☺	☺	☺
Mimí	Cuello en "V", con bolsa, T-14	83	23.50	100% Poliéster	Incompleta	☺	☹	☺	☺	☺
Oskar	Cuello en "V", con bolsa, T-14	78	30.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	😐	☹	☺	☺	☺
Zury	Cuello en "V", con bolsa, T-14	66	25.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	😐	☹	☺	☺	☺
Farid's	Cuello en "V", con bolsa, T-14	60	29.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	☺	😐	☺	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Pantalones blancos para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Confección: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Amigos	Recto con dos bolsas laterales y una trasera con dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, tipo boxer, T-10	100	34.00	100% Poliéster	Completa	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Minian	Recto con cuatro pinzas al frente, dos bolsas laterales y un dobladillo tipo boxer, cierre plástico y botón en la pretina, T-8	100	39.50	100% Poliéster	Completa	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Trofeo	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-12	100	43.00	100% Poliéster	Completa	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Carber	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-14	96	42.00	100% Poliéster	Completa	Excelente	Bueno	Excelente	Excelente	Excelente
Modelo	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-14	93	39.50	100% Poliéster	Completa	Excelente	Regular	Excelente	Excelente	Excelente
Yamil	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-12	84	35.00	100% Poliéster	Completa	Bueno	Regular	Excelente	Excelente	Excelente
Mimí	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-14	79	29.50	100% Poliéster	Incompleta	Regular	Regular	Excelente	Excelente	Excelente
Farid's	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-12	75	38.50	100% Poliéster	Incompleta	Deficiente	Deficiente	Excelente	Excelente	Excelente
Yale	Recto con dos bolsas laterales y una trasera, sin dobladillo, cierre plástico y botón en la pretina, T-12	74	37.00	100% Poliéster	Incompleta	Deficiente	Deficiente	Excelente	Excelente	Excelente

Excelente Bueno Regular Deficiente

Faldas blancas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Deisy	Tableada, cierre de plástico y botón lateral, T-10	100	25.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Deisy	Recta, cierre de plástico y botón lateral, T-12	100	25.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Minlan	Tableada, cierre de plástico y botón lateral, T-14	97	23.50	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Jorge	Recta, cierre de plástico y botón lateral, T-14	95	27.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
León	Tableada, cierre de plástico y botón lateral, T-14	93	32.00	100% Acrílico	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
Kanguro	Recta, cierre de plástico y botón lateral, T-14	81	24.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Incompleta	☺	😐	☺	😐	☺
Tejidos Nava	Tableada, cierre de plástico y botón lateral, T-14	81	27.00	100% Poliéster	Incompleta	😐	😐	☺	☺	☺
Farid's	Tableada, cierre de plástico y botón lateral, T-14	80	23.50	100% Poliéster	Incompleta	😐	😐	☺	☺	☺
Jassan	Recta, cierre de plástico y botón lateral, T-14	76	28.00	100% Poliéster	Incompleta	☹	☹	☺	☺	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor. 568-87-22 ó 211-64-14.*

Pantalones cortos (*shorts*) para escuelas oficiales

Marca	Descripción	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras	Tela: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Trofeo	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	100	24.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Carber	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	93	19.50	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Cotica	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	86	18.00	65% Poliéster, 35% Algodón	Completa	☺	😐	☺	☺	☺
Jorge	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	82	28.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Yiyio	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	73	23.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	😐	☺	☺
Uniforge	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	72	40.00	100% Poliéster	Incompleta	😐	😐	☺	☺	☺
Victoria	Resorte en la pretina, bolsa trasera, T-14	64	35.00	100% Algodón	Incompleta	☺	😐	😐	☺	😐

Excelente ☺ Bueno ☺ Regular 😐 Deficiente ☹

Batas para escuelas oficiales

Marca	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Minian	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-12	100	60.00	60% Algodón, 40% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Trofeo	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, color gris, T-40	100	80.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
IPF	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-40	100	73.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Modelo	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-40	92	50.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	😐	☺	☺
La Providencia	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-38	90	69.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	😐	😐	☺	☺
Tejidos Nava	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-38	81	75.50	100% Algodón	Completa	☺	😐	😐	😐	☺
Confecciones Texcoco	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-38	76	79.00	100% Algodón	Completa	☺	😐	😐	😐	☺
León	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-38	60	73.50	100% Algodón	Incompleta	😐	😐	😐	😐	☺
Kanguro	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-40	54	75.50	100% Algodón	Incompleta	😐	😐	☹	😐	☺
Jorge	Manga larga, tres bolsas frontales, bolsas simuladas y cinta de sujeción, T-20	51	69.50	100% Algodón	Incompleta	😐	☹	☹	😐	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Pantalones para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Tela: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Azul marino con bolsas de parche laterales y presillas con cuadros verdes y azules, pinzas en la parte frontal y trasera, T-34	95	180.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Americano de Coyoacán	A cuadros azul marino y verde en la pretina, pinzas delanteras y bolsas laterales, T-8	96	170.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Green Hills	Azul marino con dos pinzas al frente, pretina con resorte trasero y broche con botón de seguridad, T-12	96	75.65	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Webster	Azul marino con peto, doble pespunte en la pretina, dos bolsas delanteras, resorte trasero en la pretina y logotipo bordado en rojo en el peto, T-12	96	75.65	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Gris con resorte trasero en la pretina, pinzas delanteras, bolsas laterales con broche y botón de seguridad, T-12	94	75.65	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Cundina	Ula	Café con cuatro pinzas al frente, dos bolsas laterales y una trasera, y broche con botón de seguridad, T-36	92	115.00	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Isidro Fabela	Café con pinzas traseras y bolsas laterales, T-32	89	195.00	65% Poliéster, 35% Lana	Completa	☺	☺	😐	☺	☺	☺

Excelente ☺ Bueno ☺ Regular 😐 Deficiente ☹

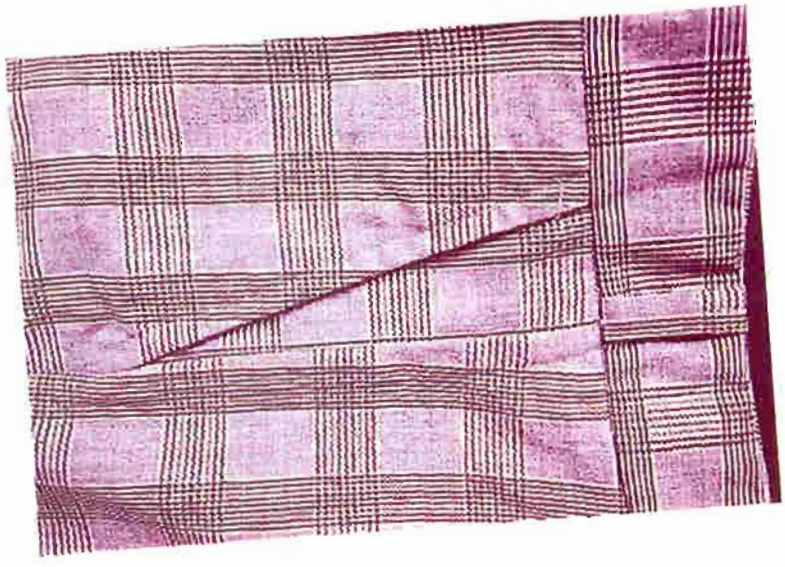
Pantalones para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Casdina	Williams	Gris con cuatro pinzas al frente, dos bolsas laterales y una trasera con botón, T-34	87	125.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	😐	☺	☺	☺
Gilbert	Tijuana	Gris con bolsas laterales y un filo en el costado de las piernas, T-14	85	95.50	80% Acrílico, 20% Poliéster	Completa	☺	☺	😐	☺	☺	☺
Rolly Go	Inglés Mexicano	Gris con pinzas y bolsas laterales, T-16	84	89.80	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	☺	☺	☺
Garfel	Libertadores de América	Gris con pinzas y bolsas laterales, T-14	80	82.50	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	😐	☺	☺
Reneé Dupré	Alexander Bain	Gris con bolsas laterales y traseras con resorte trasero en la pretina, T-16	78	80.00	100% Poliéster	Incompleta	☺	😐	😐	☺	☺	☺
Charles	Cumbres	Gris con pinzas al frente y dos bolsas laterales, T-16	77	70.50	50% Poliéster, 50% Algodón	Incompleta	😐	☺	😐	☺	☺	☺

Faldas para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Telas: Durabilidad	Telas: Resistencia al encogimiento	Telas: Resistencia a la decoloración
Casdina	ULA	Color café a cuadros con 4 presillas, T-32	98	120.00	100% Poliéster	Completa	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
RMR	Isidro Fabela	Color café, tableada y lisa, abierta con tres botones y barbillas, T-14	98	195.00	65% Poliéster, 35% Lana	Completa	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Casdina	Williams	Color gris con resorte en la parte trasera y pinzas al frente, T-14	93	135.00	100% Poliéster	Incompleta	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
Garfel	Libertadores de América	Color gris, T-12	90	85.70	100% Poliéster	Completa	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Rolly Go	Inglés Mexicano	Color azul con rojo a cuadros con presillas y botón, T-14	90	95.50	100% Poliéster	Incompleta	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
No presenta	Cultural	Color azul marino, tableada con botón lateral, T-16	89	90.50	100% Poliéster	Completa	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Gilbert	Tijuana	A cuadros en color azul y gris, tableada con cierre trasero, T-10	87	90.00	70% Acrílico 30% Poliéster	Completa	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno	Bueno
Poli-escolares	ITYC	Color gris tableada con botón lateral, T-14	84	87.50	100% Poliéster	Incompleta	Bueno	Bueno	Bueno	Regular	Bueno	Bueno
Balenino	Cumbres	Color verde a cuadros azules y amarillos, tableada, T-16	81	123.50	100% Poliéster	Completa	Bueno	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno

Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.



Excelente · Bueno · Regular · Deficiente

Jumper para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Noryol	Colegio Pedagógico del Ajusco	Color gris con cuatro tablones, botón en la pretina y cierre metálico con tirantes y peto delantero y trasero, T-12	99	91.30	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo-Mexicano de Coyoacán	A cuadros azul y verde con tirantes, tablones y barbillas azules, rojas y verdes, perfil color rojo y escudo en el tirante izquierdo, T-34	98	300.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Green Hills	Color azul marino c/resorte trasero, 2 bolsas delanteras y tirantes con botones, T-16	98	73.04	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Webster	Color azul marino, doble pespunte en la pretina c/botones y resorte trasero, 2 bolsas adelante y escudo bordado al frente, T-12	97	89.49	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Americano de Coyoacán	A cuadros azul y verde c/tirantes, tablones y escudo bordado al frente, T-14	96	240.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Color azul marino con tirantes, tablón, barbilla azul y verde y escudo bordado, T-28	95	300.00	70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Jumper para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Blangil	Oxford	Azul marino con tirantes, tablones y franjas rosas y blancas, T-16	93	79.50	65% Poliéster, 35% Algodón	Completa						
Gariel	Libertadores de América	Color gris con tirantes, tableada, T-14	89	80.50	100% Acrílico	Completa						
Blangil	Oxford	Azul marino con tirantes y tablones, T-16	85	80.30	155% Poliéster, 45% Lana	Completa						
Mariana-Maral	Zumárraga	Gris con tirantes y pinzas, T-14	83	115.50	70Poliéster, 30% Acrílico	Incompleta						
No Presenta	Montaignac	Azul marino con tablones y escudo bordado al frente, T-16	81	120.00	70% Acrílico, 30% Poliéster	Incompleta						

Excelente Bueno Regular Deficiente

Camisas blancas para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Confección: Resistencia a jalones y rasgados	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento
Noryol	Green Hills	Tela oxford azul cielo, manga corta y botones en cuello, bordado en dobladillo tipo bolsa, T-16	96	91.74	80% Algodón, 20% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
Gilbert	Tijuana	Manga corta con bolsa izquierda y cuello en tela a cuadros, T-10	96	65.00	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺
No Presenta	Avante	Manga corta con bolsa izquierda de botones, T-16	94	63.80	80% Poliéster, 20% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺

Chalecos para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras	Confección: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia al decoloramiento
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Cuello en "V", color azul con vivos blancos y rojos, escudo bordado y cosido T-12	98	96.96	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Rolly Go	Inglés Mexicano	Cuello en "V", color gris, T-14	92	87.20	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺	☺	☺

Playeras para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Tela: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Resistencia al encogimiento
Noryol	Green Hills	Con rayas rojas y azules, cuello sport con tres botones y manga larga, T-12	97	79.13	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Noryol	Green Hills	Cuello sport con tres botones, manga corta y vivos rojos y azules, T-12	96	75.22	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Casdina	Williams	Cuello sport, manga corta con resorte, vivos grises y azules en cuello, mangas y cintura, T-38	94	62.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Noryol	Webster	Cuello sport color azul, con dos botones, manga corta y logotipo bordado en azul, T-12	94	66.00	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Cuello redondo, con manga corta y logotipo estampado con vivos azules y rojos, T-10	94	91.73	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺
Casdina	ULA	Cuello en "V", con tres botones, manga corta, resorte en la cintura, con logotipo bordado y vivos cafés, T-36	91	57.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Noryol	Green Hills	Cuello sport con dos botones, manga corta y logotipo bordado en azul, T-12	91	47.83	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺
Noryol	Webster	Cuello sport con dos botones y manga corta, T-12	91	75.22	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Rolly Go	Inglés-Mexicano	Cuello en "V", con tres botones, manga corta y logotipo bordado, T-16	89	57.20	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Excelente ☺ Bueno ☺ Regular 😐 Deficiente ☹

Playeras para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en talles	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Tela: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Resistencia al encogimiento
Noryol	Varios	Cuello sport con dos botones y manga corta, T-12	88	46.00	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺
Rolly Go	Inglés-Mexicano	Cuello redondo, con manga corta y logotipo bordado en vivos rojos y azules, T-14	86	35.30	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺
Arte Textil	Continental	Cuello en "V", con botones y manga corta, logotipo bordado, T-16	85	59.80	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Balenino	Cumbres	Cuello en "V", con tres botones y manga corta, logotipo bordado y vivos, T-16	80	61.20	100% Acrílico	Completa	☺	☺	😐	☺
Garfel	Libertadores de América	Cuello en "V", con botones y manga corta, T-12	79	65.00	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺
D'Antar	Zumárraga	Cuello en "V", con tres botones y manga corta, logotipo, T-14	79	68.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺
Reneé Dupré	Alexander Bain	Cuello en "V", con botones y manga corta, T-16	77	63.00	35% Algodón, 65% Poliéster	Incompleta	☺	☺	😐	☺
Poli-escolares	ITYC	Cuello en "V", con botones y manga corta, T-16	76	72.00	50% Algodón, 50% Poliéster	Incompleta	☺	☺	😐	☺
Chemise Camello	Montaignac	Cuello en "V", con botones y manga corta con logotipo bordado, T-16	73	67.80	50% Algodón, 50% Poliéster	Incompleta	☺	😐	😐	☺

Suéteres para escuelas particulares (abiertos con botones)

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Confección: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Noryol	Green Hills	Rojo con botones al frente y vivos blancos y azules a lo largo de esta parte, T-12	99	108.26	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Lasa	Florida	Café con botones al frente y dos bolsas laterales, T-8	99	130.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Casdina	Williams	Azul rey abierto con botones y resorte en puños y cintura, bolsa al frente y logotipo bordado con vivos grises y blancos, T-8	96	109.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Azul rey abierto, con botones, vivos rojos y blancos y logotipo bordado, T-12	95	110.43	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Casdina	ULA	Café abierto con cierre y vivos blancos, con resorte en los puños y la cintura, y logotipo bordado al frente y en la manga, T-36	94	112.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Rolly Gio	Inglés Mexicano	Gris abierto con botones y vivos azules, rojos y blancos, T-14	90	99.50	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Gilbert	Tijuana	Azul celeste, cruzado, con botones, cuello en "V" con filo alrededor, dos bolsas delanteras, T-30	90	99.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
S/M	Montaignac	Azul marino, abierto con botones, T-16	82	97.70	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	😐	☺	☺
D'Antar	Zumárraga	Abierto con botones al frente, color azul marino, T-16	80	90.80	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	😐	☺	☺

Suéter para escuelas particulares (abierto con cierre)

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Botón-ojal	Confección: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Casdina	ULA	Café abierto con cierre y vivos cafés y blancos, con resorte en los puños y cintura, y logotipo bordado al frente y en la manga, T-36	93	100.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺

Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.

☺ Excelente ☺ Bueno 😐 Regular ☹ Deficiente

Suéteres para escuelas particulares (cerrados)

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras	Tela: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Noryel	Webster	Rojo cerrado, cuello en "V", vivos lado derecho azul y blanco, logotipo bordado, T-12	98	104.78	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Balenino	Cumbres	Cerrado, cuello en "V" de color azul marino, T-14	85	110.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	😐	☺	☺	☺
Poli-escolares	ITYC	Gris cerrado con cuello en "V" y vivos blancos y azules, T-16	84	100.00	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	☺	☺	☺
D'Antar	Zumárraga	Cerrado, cuello en "V", color azul marino, T-14	81	115.50	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	😐	☺	☺	☺
Garfel	Libertadores de América	Gris cerrado, cuello en "V", T-14	79	85.00	100% Acrílico	Incompleta	☺	😐	😐	😐	☺	☺

Pantalones cortos (*shorts*) para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Correspondencia en tallas	Acabados Unión en costuras	Resistencia al reventamiento del tejido	Resistencia al encogimiento	Durabilidad	Resistencia a la decoloración
Noryol	Green Hills	Azul con resorte en la cintura, bolsa trasera y vivos grises, T-12	98	50.00	81% Acrílico, 19% Poliéster	Completa						
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Azul con resorte en la cintura, bolsa trasera, franjas verdes y blancas, T-16	98	70.00	100% Acrílico	Completa						
Noryol	Webster	Azul rey con resorte en la cintura y cinta de ajuste, bolsa trasera y vivos rojos, T-12	97	46.95	79% Acrílico, 21% Poliéster	Completa						
RMR	Anglo Americano de Coyoacán	*Short* con falda blanca y pastelón escocés en verde y azul y vivos amarillos, T-10	95	150.00	100% Poliéster, aplicaciones: 70% Poliéster, 30% Acrílico	Completa						
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Azul con resorte en la cintura y cinta de ajuste, bolsa trasera y vivos rojos, T-12	94	47.85	100% Poliéster	Completa						
Polly Go	Inglés Mexicano	Blanco con cierre y botón, resorte en la cintura, T-16	92	70.50	100% Acrílico	Incompleta						

** Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 o 211-64-14*

Excelente Bueno Regular Deficiente

Pantalones deportivos para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras	Tela: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia a la decoloración
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Azul marino con resorte en la cintura, dos bolsas laterales, resorte en la terminación de la bastilla con cierre, T-Mediana	99	150.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Verde con blanco, resorte en la cintura y en la bastilla, cierre de plástico en la bolsa, pierna izquierda y pantorrilla, T-8	98	150.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Green Hills	Azul marino, con resorte en la cintura, bolsa con cierre, vivos color gris y cinta ajustable en la cintura, T-12	98	90.00	80% Acrílico, 20% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Webster	Azul rey, con resorte en la pretina y cinta ajustable, bolsa con cierre al costado y vivos rojos, T-12	96	96.50	80% Acrílico, 20% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Azul con resorte en la pretina y cinta ajustable, bolsa con cierre al costado y vivos rojos, afelpado, T-12	96	78.50	100% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Rolly Go	Inglés Americano	Blanco con resorte en la pretina y vivos rojos y azules, T-16	89	145.00	50% Algodón, 50% Poliéster	Incompleta	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Rolly Go	Continental	Blanco con resorte en la pretina y vivos rojos, T-16	88	145.00	100% Acrílico	Incompleta	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Garfel	Libertadores de América	Gris con resorte en la pretina y vivos blancos, T-12	87	125.50	100% Acrílico	Completa	☺	☺	😐	☺	😐	☺

Chamarras deportivas para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Noryc'	Green Hills	Roja de invierno con forro de tejido de punto, broches de seguridad, resorte en la cintura, logotipo al frente bordado y leyenda en espalda bordada, T-10	100	246.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Americano de Coyoacán	Azul marino, franjas verdes en pecho, mangas y cuello de cuadros verdes y azules, cierre al frente y botones metálicos, forro de algodón, capucha oculta en cuello, T-12	100	450.00	50% Poliéster, 50% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Verde con blanco, cuello alto y cierre al frente, resorte en los puños y la cintura, y logotipo bordado, T-10	99	180.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Sudadera azul marino, cuello alto, cierre metálico en pecho hasta el cuello, vivos al frente y cuello en tela a cuadros, bolsas laterales, logotipo grabado en pecho afelpado, T-XL	98	200.00	100% Algodón	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
Noryc'	Green Hills	Gris con vivos rojos y azules, cuello redondo color azul y cierre al frente, bolsas laterales y logotipo bordado, T-12	98	102.61	80% Acrílico, 20% Poliéster	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺
RMR	Anglo Mexicano de Coyoacán	Azul con franjas verdes y blancas, cierre y dos bolsas laterales, T-Chica	98	180.00	100% Acrílico	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	☺

*Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.

Excelente ☺ Bueno ☺ Regular 😐 Deficiente ☹

Chamarras deportivas para escuelas particulares

Marca	Colegios	Descripción de la prenda	Evaluación global	Precio ($)	Identificación de fibras	Información al consumidor	Confección: Correspondencia en tallas	Confección: Acabados Unión en costuras Funcionamiento del cierre	Confección: Resistencia al reventamiento del tejido	Tela: Durabilidad	Tela: Resistencia al encogimiento	Tela: Resistencia a la decoloración
Noryol	Webster	Azul rey con cierre al frente y cuello redondo con vivos blancos y rojo al frente y en puños, bolsas delanteras, T-12	97	103.04	80% Acrílico, 20% Poliéster	Completa						
Noryol	Erasmo de Rotterdam	Sudadera azul con vivos rojos y blancos, cuello redondo y logotipo bordado al frente, T-12	96	85.50	100% Poliéster	Completa						
Noryol	Green Hills	Sudadera color rojo, vivos en color blanco y con letrero estampado al frente a dos tintas inflables, T-12	94	107.82	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa						
Garfel	Libertadores de América	Gris con cierre al frente y vivos blancos en el frente y bolsas, T-12	90	148.00	100% Acrílico	Completa						
Rolly Go	Inglés Mexicano	Blanca con cierre al frente y vivos azules y rojos, bolsas al frente, T-14	88	155.00	100% Acrílico	Incompleta						
Rolly Go	Continental	Sudadera blanca de cuello redondo con vivos azules y rojos, afelpada, T-16	87	155.00	100% Acrílico	Incompleta						
Allergia	Olinca	Azul claro abierto con cierre y bolsas al frente, T-14	83	135.00	50% Algodón, 50% Poliéster	Completa						

* *Precios estimados durante la elaboración de este estudio. Recuerde que si desea conocer los precios actualizados de uniformes o útiles escolares llame al teléfono del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14.*

Excelente Bueno Regular Deficiente